

Số: 80 /2016/NQ-HĐND

Đồng Tháp, ngày 08 tháng 12 năm 2016

NGHỊ QUYẾT
Ban hành Đề án tạo dựng hình ảnh tỉnh Đồng Tháp
giai đoạn 2017 - 2020

HỘI ĐỒNG NHÂN DÂN TỈNH ĐỒNG THÁP
KHOÁ IX, KỲ HỌP THỨ 3

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19 tháng 6 năm 2015;

Căn cứ Luật Ngân sách nhà nước ngày 25 tháng 6 năm 2015;

Căn cứ Nghị định số 72/2015/NĐ-CP ngày 07 tháng 9 năm 2015 của Chính phủ về quản lý hoạt động thông tin đối ngoại;

Thực hiện Quyết định số 368/QĐ-TTg ngày 28 tháng 02 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình hành động của Chính phủ về thông tin đối ngoại giai đoạn 2013-2020;

Xét Tờ trình số 124/TTr-UBND ngày 17 tháng 11 năm 2016 của Ủy ban nhân dân Tỉnh về việc thông qua Đề án tạo dựng hình ảnh tỉnh Đồng Tháp giai đoạn 2017 - 2020; Báo cáo thẩm tra của Ban Văn hoá – Xã hội Hội đồng nhân dân Tỉnh; ý kiến thảo luận của đại biểu Hội đồng nhân dân tại kỳ họp.

QUYẾT NGHỊ:

Điều 1. Thống nhất thông qua Đề án tạo dựng hình ảnh tỉnh Đồng Tháp giai đoạn 2017 - 2020 (Kèm theo Đề án).

Điều 2. Giao Ủy ban nhân dân Tỉnh tổ chức thực hiện Nghị quyết này.

Điều 3. Thường trực Hội đồng nhân dân, các Ban Hội đồng nhân dân và đại biểu Hội đồng nhân dân Tỉnh giám sát việc thực hiện Nghị quyết này.

Nghị quyết này đã được Hội đồng nhân dân tỉnh Đồng Tháp Khoá IX, Kỳ họp thứ 3 thông qua ngày 08 tháng 12 năm 2016 và có hiệu lực từ ngày 01 tháng 01 năm 2017. *myc*

Nơi nhận:

- VPQH, VPCP (I, II);
- Ban CTĐB;
- BCĐ Tây Nam Bộ;
- Cục KTVB (Bộ Tư pháp); Bộ TT&TT;
- TT/TU, UBND, UBMTTQVN Tỉnh;
- Đoàn ĐBQH Tỉnh, UBKT Tỉnh uỷ;
- Đại biểu HĐND Tỉnh;
- Các sở, ban, ngành, đoàn thể Tỉnh;
- TT/HĐND, UBND huyện, thị xã, thành phố;
- Công báo Tỉnh;
- Lưu: VT, TH (Đ).

CHỦ TỊCH



Phan Văn Thắng
Phan Văn Thắng

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH ĐỒNG THÁP

**ĐỀ ÁN
TẠO DỰNG HÌNH ẢNH TỈNH ĐỒNG THÁP
GIAI ĐOẠN 2017 - 2020**

ĐỒNG THÁP

Tháng 12 năm 2016

CHƯƠNG I

CĂN CỨ PHÁP LÝ VÀ SỰ CẦN THIẾT ĐỂ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

I. CĂN CỨ PHÁP LÝ

1. Trung ương

- Nghị định số 72/2015/NĐ-CP ngày 07 tháng 9 năm 2015 của Chính phủ về quản lý hoạt động thông tin đối ngoại.

- Chỉ thị số 21/CT-TTg ngày 06 tháng 8 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc triển khai thực hiện Chiến lược phát triển thông tin đối ngoại giai đoạn 2011 – 2020.

- Quyết định số 368/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính Phủ ngày 28 tháng 02 năm 2013 về việc phê duyệt Chương trình hành động của Chính phủ về thông tin đối ngoại giai đoạn 2013 – 2020.

2. Địa phương

- Nghị quyết số 05-NQ/TU ngày 17 tháng 8 năm 2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ Tỉnh khóa X về tạo dựng hình ảnh Đồng Tháp.

- Chương trình số 03-CTr/TU ngày 11 tháng 01 năm 2016 của Tỉnh ủy Đồng Tháp ban hành Chương trình hành động của Ban Chấp hành Đảng bộ Tỉnh thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ Tỉnh lần thứ X, nhiệm kỳ 2015 – 2020.

- Quyết định số 1294/QĐ-UBND-HC ngày 19 tháng 12 năm 2013 của Ủy ban nhân dân Tỉnh ban hành Quy chế quản lý nhà nước về thông tin đối ngoại trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp.

- Quyết định số 591/QĐ-UBND.HC ngày 30 tháng 6 năm 2014 của Ủy ban nhân dân Tỉnh phê duyệt Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp tỉnh Đồng Tháp đến năm 2020 và tầm nhìn 2030.

- Quyết định số 1176/QĐ-UBND.HC ngày 21 tháng 11 năm 2014 của Ủy ban nhân dân tỉnh Đồng Tháp về việc phê duyệt Kế hoạch đầu thầu lập Đề án “Nâng cao hình ảnh Đồng Tháp” giai đoạn 2015 – 2020.

- Quyết định số 03/2015/QĐ-UBND ngày 15 tháng 01 năm 2015 của Ủy ban nhân dân Tỉnh về việc ban hành Đề án phát triển du lịch tỉnh Đồng Tháp giai đoạn 2015 – 2020.

II. SỰ CẦN THIẾT XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

Trong những năm qua, Đồng Tháp cũng có nhiều nỗ lực trong việc tạo dựng, quảng bá hình ảnh địa phương. Đảng bộ, chính quyền các cấp đã và đang có nhiều chủ trương, giải pháp đột phá với kỳ vọng mang lại sự phát triển trong giai đoạn sắp tới như: Tái cơ cấu nông nghiệp, Phát triển du lịch, Xây dựng chính quyền thân thiện, xuất khẩu lao động... Tỉnh luôn nằm trong nhóm dẫn đầu cả nước về chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), về chỉ số hiệu quả quản trị và hành chính công cấp tỉnh (PAPI) và sản lượng lúa gạo, nuôi trồng thủy sản. Chính quyền thân thiện sẵn sàng phục vụ nhân dân, chào đón, đồng hành cùng doanh nghiệp. Bên cạnh đó, Đồng Tháp có nhiều khu, điểm du lịch với cảnh quan thiên nhiên nguyên sơ, thuần khiết, nhiều di tích lịch sử - văn hóa

đậm đà bản sắc văn hóa, tâm linh và hàng trăm làng nghề truyền thống nổi tiếng cả nước, phù hợp để định vị và phát triển các loại hình du lịch cộng đồng, thân thiện với môi trường.

Tuy nhiên, để tạo sự kết nối, liên kết các chính sách này thành một chuỗi hành động và hình ảnh nhất quán để truyền thông, quảng bá địa phương còn hạn chế; chưa thật sự có những hình ảnh, sản phẩm đặc trưng mang bản sắc riêng của mình. Cho nên, việc tạo dựng hình ảnh địa phương hấp dẫn với định vị rõ ràng nhằm thu hút các nguồn lực kinh tế, vốn đầu tư, con người và phát triển du lịch là hết sức cần thiết.

CHƯƠNG II TỔNG QUAN ĐỀ ÁN

I. QUAN ĐIỂM

- Tạo dựng hình ảnh tỉnh Đồng Tháp nhằm làm nổi bật các giá trị, các hình ảnh “tích cực” và “đặc trưng” của địa phương, nâng cao ý thức, tình yêu quê hương và niềm tự hào bản sắc văn hóa địa phương của người dân Đồng Tháp.

- Tạo dựng hình ảnh tỉnh là điều kiện, tiền đề cho việc xây dựng thương hiệu của tỉnh nhà, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, thu hút đầu tư, xuất khẩu hàng hóa, đẩy mạnh phát triển kinh tế - xã hội.

- Tạo dựng hình ảnh Đồng Tháp góp phần tạo nên sự thống nhất, đồng thuận, đồng lòng giữa chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng dân cư trong thực hiện các chính sách phát triển kinh tế - xã hội trong thời gian tới.

II. MỤC TIÊU

- Xây dựng hình ảnh chính quyền Đồng Tháp thân thiện và hiệu quả.

- Dễ dàng nhận diện và làm nổi bật Đồng Tháp với các địa phương khác trong và ngoài nước.

- Là nền tảng triển khai các sự kiện và kế hoạch truyền thông cho Tỉnh trong các giai đoạn.

- Xây dựng và chuẩn hóa hình ảnh nhận diện, hệ thống nhận diện cho các cơ quan, đơn vị của Tỉnh.

- Đưa Đồng Tháp trở thành điểm đến hấp dẫn, ưu tiên lựa chọn của khách du lịch trong nước. Vươn lên Top đầu khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long về tổng lượt khách tham quan, du lịch, nghỉ dưỡng.

- Là một trong những địa phương thân thiện, đáng sống nhất trong khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long và khu vực Nam Bộ.

III. NHIỆM VỤ

1. Xây dựng hệ thống nhận diện hình ảnh Đồng Tháp

- Xây dựng thương hiệu “ĐẤT SEN HỒNG”.

- Biểu tượng vui: “BÉ SEN”.

- Màu sắc nhận diện: màu hồng, vàng, xanh.

- Kiến trúc đô thị “sạch và xanh” được thiết kế, quy hoạch dựa trên ý tưởng hoa Sen, màu xanh thân thiện với môi trường. Hạ tầng cơ sở, công viên, đèn đường, trang trí, mỹ quan đô thị được thiết kế gắn với hình ảnh Sen và các sản phẩm đặc trưng, tiêu biểu của địa phương.

2. Truyền thông, quảng bá

- Truyền thông, quảng bá hình ảnh, sự nhận biết hình ảnh Đồng Tháp; xây dựng biểu trưng sản phẩm “Made in Dong Thap”, giúp người tiêu dùng nhận biết và nhận diện sản phẩm nguồn gốc hàng hóa.

- Quảng bá thương hiệu, sản phẩm mang đặc trưng Đồng Tháp; lựa chọn những thương hiệu, sản phẩm đặc trưng, thể mạnh của Tỉnh đến khách hàng trong và ngoài nước.

- Quảng bá hình ảnh của tỉnh thông qua các sự kiện sự kiện, lễ hội, văn hóa, du lịch, thể thao.

- Truyền thông, quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng; các khu, điểm quảng cáo ngoài trời; khu, điểm du lịch; các hình thức phù hợp khác.

3. Giải pháp về nguồn nhân lực và cơ chế chính sách

- Xây dựng chính quyền thân thiện, đội ngũ cán bộ công chức chuyên nghiệp, phục vụ doanh nghiệp, người dân.

- Xây dựng hệ thống cung cấp dịch vụ y tế, giáo dục, văn hóa, vui chơi giải trí chất lượng, sẵn sàng đáp ứng nhu cầu của nhân dân, cộng đồng doanh nghiệp.

- Cải cách hành chính, thực hiện đồng bộ cơ chế chính sách thu hút đầu tư, tăng năng suất, chất lượng sản phẩm, dịch vụ để nâng cao năng lực cạnh tranh địa phương, nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người dân.

4. Tạo dựng hình ảnh Đồng Tháp thông qua phát huy có hiệu quả các chương trình, đề án phát triển kinh tế - xã hội của Tỉnh

4.1. Đề án Tái cơ cấu nông nghiệp

4.1.1. Nội dung cốt lõi

- Nội dung cốt lõi của Đề án là dựa vào các yếu tố “hợp tác”, “liên kết” và “định vị lại sản xuất theo nhu cầu thị trường”. Theo đó, đẩy mạnh hợp tác giữa những người sản xuất và liên kết giữa người sản xuất với doanh nghiệp (DN); liên kết giữa DN cung ứng vật tư “đầu vào” với DN tiêu thụ sản phẩm đầu ra; quy hoạch sản xuất gắn với thị trường thông qua DN và các nhà thu mua sản phẩm. Việc tái cấu trúc sẽ theo nguyên tắc chuỗi giá trị ngành hàng, với bước đi và cách làm phù hợp trên từng địa bàn cấp huyện, liên huyện...

- Tập trung phát triển 05 ngành hàng chủ lực: lúa gạo, xoài, cá tra, con vịt và hoa kiểng, với 02 ngành hàng thuộc sản phẩm chiến lược quốc gia là gạo và cá tra.

- Thí điểm các chính sách mới và đổi mới thể chế để triển khai Đề án Tái cơ cấu ngành Nông nghiệp Đồng Tháp, cũng như thực hiện các giải pháp như: chính sách đất đai, chính sách thu hút đầu tư tư nhân – hỗ trợ liên kết doanh nghiệp và nông dân, đổi mới thể chế, tăng quy mô và sử dụng hiệu quả đầu tư công, đẩy mạnh cơ giới hóa, phát triển kinh tế trang trại, kinh tế hợp tác (cánh

đồng liên kết), phát triển nguồn nhân lực, tăng cường thu hút và đào tạo tri thức, xây dựng nông thôn mới, ...

4.1.2. Công tác truyền thông

- Tổ chức các hoạt động truyền thông như: Hội thảo hỗ trợ kỹ thuật xúc tiến đầu tư tái cơ cấu nông nghiệp Đồng Tháp, cuộc thi thơ "Đồng Tháp với Tái cơ cấu nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới", hợp tác với các báo chí ngoài tỉnh thông tin truyền thông tăng cường thu hút đầu tư tư nhân và hỗ trợ liên kết doanh nghiệp - nông dân; tăng quy mô và sử dụng hiệu quả đầu tư công; đẩy mạnh cơ giới hoá, phát triển kinh tế trang trại, kinh tế hợp tác; tăng cường thu hút và đào tạo tri thức...

- Tổ chức tuyên truyền lồng ghép với các chương trình khuyến nông chuyển giao kỹ thuật của ngành.

4.2. Đề án Phát triển du lịch

4.2.1 Nội dung cốt lõi

- Tiến hành khảo sát, phân tích đánh giá toàn diện thực trạng du lịch Đồng Tháp nói riêng và trong mối tương quan với các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long nói chung.

- Định vị du lịch Đồng Tháp giai đoạn 2015 - 2020 và tầm nhìn tới năm 2030: *"Du lịch sinh thái - tham quan - nghỉ dưỡng", "Du lịch sông nước - ngắm cảnh - canh nông - trải nghiệm", "Du lịch tham quan di tích văn hoá - lịch sử - tâm linh thiên học"*.

- Các nhóm giải pháp đề ra nhằm khắc phục mặt hạn chế, cải thiện những cái "yếu và thiếu" cũng như nâng cao, phát huy những mặt tích cực gồm có:

- + Xây dựng các tour tuyến Bắc sông Tiền;
- + Đề xuất nội dung, sản phẩm (định vị) cho từng tuyến điểm du lịch;
- + Xây dựng và khai thác hoạt động lưu trú tại các điểm du lịch;
- + Tập huấn đào tạo;
- + Đẩy mạnh công tác quảng bá truyền thông;
- + Định hướng công tác tổ chức quản lý;
- + Chuẩn hóa và bổ sung các lễ hội định kỳ;
- + Phát huy hỗ trợ các doanh nghiệp nông cốt;
- + Thay đổi các phương thức kêu gọi đầu tư;
- + Phát triển hạ tầng và phương tiện giao thông phục vụ du lịch.

4.2.2 Công tác truyền thông

- Truyền thông: Clip quảng bá du lịch, ứng dụng "Thỏ địa Đồng Tháp", Website Du lịch, đăng thông tin quảng bá du lịch Đồng Tháp trên các chuyên trang du lịch quốc tế Trip advisor, sổ tay du lịch, hệ thống biển bảng chỉ dẫn, ...

- Tổ chức sự kiện xúc tiến quảng bá: Ngày hội du lịch Đồng Tháp, tham dự các Hội chợ du lịch trong nước và quốc tế, Lễ hội Sen, ...

4.3. Chương trình cải cách hành chính, xây dựng chính quyền thân thiện

4.3.1 Nội dung cốt lõi

- Thực hiện các giải pháp tổng thể;
- Thực hiện chuẩn mực ứng xử của cán bộ, công chức, viên chức;
- Tăng cường thực hiện dân chủ cơ sở;
- Tăng cường trách nhiệm giải trình với nhân dân;
- Đẩy mạnh công tác phòng, chống tham nhũng, tiêu cực;
- Tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra kỷ luật, kỷ cương công vụ; phòng, chống tham nhũng, tiêu cực;

4.3.2 Công tác truyền thông

Tổ chức các hoạt động tuyên truyền cải cách hành chính, thực hiện Chương trình “6 biết”, “đối thoại cùng dân”, quản lý số điện thoại công vụ, xây dựng Quy chế xin lỗi tổ chức, công dân vì sự chậm trễ, sai sót do thực thi công vụ, nhiệm vụ của cơ quan, đơn vị.

4.4. Chương trình đưa lao động đi làm việc có thời hạn ở nước ngoài

4.4.1 Nội dung cốt lõi

- Trang bị kiến thức, ngoại ngữ, chuyên môn, tay nghề cho người lao động tham gia làm việc ở nước ngoài.

- Tập trung chủ yếu vào việc tuyên truyền, phổ biến nhằm nâng cao nhận thức người dân. Đầu tư cơ sở vật chất, ban hành chính sách để giải quyết bài toán về tài chính cho người đi lao động có thời hạn ở nước ngoài; đảm bảo người lao động thực sự có nguyện vọng đi lao động có điều kiện về tài chính.

- Xúc tiến tìm hiểu các thị trường lao động có nhiều tiềm năng, tiến hành ký kết hợp tác để đa dạng hoá các thị trường lao động, giúp cho người lao động của Tỉnh có nhiều lựa chọn phù hợp với khả năng, tay nghề chuyên môn của mình.

- Chỉ đạo nâng cao công tác phối hợp của các ngành, địa phương và công ty xuất khẩu lao động để tháo gỡ khó khăn, vướng mắc kịp thời cho người lao động.

- Kiện toàn bộ máy quản lý nhà nước về hoạt động đưa người lao động đi làm việc ở nước ngoài theo hợp đồng; tiếp tục đầu tư cơ sở vật chất, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ quản lý, điều hành các Trung tâm, các Trường nghề, đặc biệt đối với đơn vị đầu mối của Tỉnh là Trung tâm Dịch vụ Việc làm nhằm phục vụ tốt cho công tác đưa người lao động đi làm việc ở nước ngoài theo hợp đồng.

4.4.2 Công tác truyền thông:

Tuyên truyền giới thiệu trên hệ thống thông tin đại chúng về các chủ trương, chính sách của Đảng, của Nhà nước về hỗ trợ người lao động đi làm việc ở nước ngoài. Giới thiệu các gương điển hình, các hộ gia đình cải thiện thu nhập, phát triển kinh tế nhờ có con em đi lao động ở nước ngoài. Sáng tác ca khúc cổ động, các buổi gặp gỡ nói chuyện chuyên đề “đi làm thuê – về làm chủ” với người lao động.

CHƯƠNG III

ĐÁNH GIÁ HIỆN TRẠNG HÌNH ẢNH TỈNH ĐỒNG THÁP

I. ĐÁNH GIÁ TỔNG QUAN

1. Công tác quảng bá hình ảnh tại Đồng Tháp

- Thiếu một tầm nhìn chung và định hướng xây dựng hình ảnh chiến lược tổng thể và chủ yếu xây dựng kế hoạch mang tính thời vụ.

- Chưa có định vị rõ ràng và gây trùng lặp, hiểu nhầm, hiểu sai.

- Thiếu nguồn lực đầu tư, làm manh mún và thường rơi vào trạng thái “đầu voi đuôi chuột”.

- Thương hiệu địa phương, marketing địa phương, chính quyền doanh nghiệp, xây dựng thương hiệu địa phương tuy đã được thế giới áp dụng từ lâu nhưng với Đồng Tháp vẫn còn là một khái niệm mới chưa được hiểu sâu rộng nên chưa có cách tiếp cận đúng như mô hình lý thuyết.

- Việc xây dựng hình ảnh địa phương vẫn còn hiểu theo cách nghĩ thông thường đó là công việc của riêng cơ quan phụ trách xúc tiến và thông tin đối ngoại của chính quyền.

- Còn lúng túng, chưa có cơ chế phối hợp khi xử lý khủng hoảng truyền thông.

2. Hiện trạng hình ảnh Đồng Tháp

- Đồng Tháp từ lâu đã được biết đến qua 2 câu thơ “Tháp Mười đẹp nhất bông sen/Việt Nam đẹp nhất có tên Bác Hồ”. Nhắc tới Đồng Tháp người ta nghĩ tới hình ảnh hoa sen; Hoa sen đã trở thành đặc trưng, nhận diện cho Đồng Tháp.

- Trong vài năm qua, hình ảnh Đồng Tháp được cải thiện đáng kể khi luôn nằm trong top đầu tỉnh có PCI cao (chỉ số năng lực cạnh tranh cấp Tỉnh).

- Đồng Tháp luôn nằm trong nhóm các tỉnh dẫn đầu cả nước về sản lượng lúa gạo và nuôi trồng thủy sản trong hàng chục năm nay.

- Nhiều thương hiệu của các doanh nghiệp cũng thường xuyên nhắc tới thông qua các hoạt động văn hóa thể thao Đội xe đạp Domesco Đồng Tháp, CLB Bóng đá Đồng Tháp...

Song bên cạnh đó còn tồn tại những hình ảnh tiêu cực: vị trí địa lý không thuận lợi, cơ sở hạ tầng giao thông, du lịch còn hạn chế, ... Nhiều người dân ngoài tỉnh chưa thể hình dung ra Đồng Tháp nằm ở đâu hay có nhiều người nghĩ Đồng Tháp như một nơi “khuất nẻo”. Những hình ảnh tiêu cực đó trở thành rào cản cho nhà đầu tư và du khách tìm đến với Đồng Tháp.

II. ĐÁNH GIÁ CHI TIẾT

1. Hình ảnh Đồng Tháp qua góc nhìn của du khách

1.1. Điểm mạnh

Đồng Tháp có nhiều điểm du lịch với cảnh quan thiên nhiên nguyên sơ thuần khiết, nằm giữa vùng đất trũng ngập nước của vùng Đồng Tháp Mười xưa; Vườn quốc gia Tràm Chim là nơi được mệnh danh Đồng Tháp Mười thu nhỏ, còn là khu Ramsar (khu dự trữ sinh quyển vùng ngập nước) thứ 4 của Việt

Nam và 2.000 của thế giới, có giá trị quan trọng bậc nhất vùng Đông Nam Bộ. Khu du lịch sinh thái Gáo Giồng, đây là một quần thể gần 2.000 ha rừng tràm nơi tập trung hơn 15 loài chim muông quý hiếm sinh sống, làm tổ và đẻ trứng. Ngoài cảnh quan thiên nhiên, Đồng Tháp cũng có nhiều công trình kiến trúc, di tích văn hoá - lịch sử nổi bật. Tỉnh có 12 di tích được xếp hạng cấp quốc gia, 01 di tích được xếp hạng đặc biệt (Gò Tháp), 43 di tích xếp hạng cấp tỉnh.

- **Hình ảnh Đồng Tháp gắn với hoa Sen đã trở thành một hình ảnh quen thuộc:** Địa danh Đồng Tháp, cụ thể là Tháp Mười được biết tới qua câu thơ “Tháp Mười đẹp nhất bông sen”. Hoa Sen dần trở thành hình ảnh đặc trưng của Đồng Tháp, tạo ấn tượng trong lòng du khách khi đến với Đồng Tháp. Đó chính là một điểm cộng, là hình ảnh định vị rõ ràng trong tâm trí và tiềm thức của người dân Việt Nam.

- **Chính quyền thân thiện sẵn sàng phục vụ nhân dân, chào đón, đồng hành với các doanh nghiệp:** trong các năm qua Đồng Tháp luôn đứng ở top đầu về chỉ số PCI (theo kết quả do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) công bố vào các năm 2013, 2014 và 2015). Trong đó, đáng chú ý ở các chỉ số Đồng Tháp đạt thứ hạng cao như: Gia nhập thị trường, chi phí thời gian, tính năng động và thiết chế pháp lý. Kết quả này là một sự ghi nhận xứng đáng cho những nỗ lực của lãnh đạo, chính quyền địa phương nhằm thay đổi tư duy, nhận thức và hành động để Đồng Tháp ngày càng phát triển.

- **Cảnh quan thiên nhiên nguyên sơ, thuần khiết:** Nhiều tài nguyên du lịch được công nhận và là một tài sản vô giá của Đồng Tháp và Việt Nam cũng như thế giới như Vườn Quốc gia Tràm Chim (khu Ramsar thứ 4 của Việt Nam, thứ 2000 của thế giới), Khu Du lịch sinh thái Gáo Giồng, Khu di tích Xẻo Quýt, Khu Du lịch sinh thái Đồng Sen Tháp Mười, ... Và một hệ động thực vật phong phú đa dạng về chủng loại cũng như số lượng, vào mùa nước nổi có thể kể đến như: sen, súng, cỏ năng, lúa trời, tràm, sếu đầu đỏ (có tên trong sách đỏ quốc tế), chim nước, ...

- **Di tích lịch sử văn hóa, văn hóa tâm linh, làng nghề truyền thống:** Theo các nhà sử học và kết quả nghiên cứu cho biết Đồng Tháp Mười xưa chứa đựng cả một nền văn hóa Óc Eo huyền bí của Vương Quốc Phù Nam cổ xưa. Khu Di tích kiến trúc nghệ thuật và khảo cổ Gò Tháp gắn liền với địa danh Tháp Mười là vùng đất linh thiêng, nơi thờ phụng Thiên hộ Võ Duy Dương, Đốc binh Nguyễn Tấn Kiều. Bên cạnh đó Đồng Tháp còn có điệu “Hò Đồng Tháp” mang bản sắc rất riêng và khác biệt với điệu hò của các vùng miền khác. Đồng Tháp còn có hàng trăm làng nghề truyền thống như: Làng hoa kiểng Sa Đéc, Chiếu Định Yên, Thốt Định An, làng dệt khăn choàng tắm Long Thuận... Tất cả đều là những thế mạnh rất riêng, rất khác biệt để có thể khai thác gắn với các hoạt động du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng, tâm linh.

1.2. Điểm yếu

- Đồng Tháp nằm ở vị trí không thuận lợi trong bản đồ khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Từ lâu, Đồng Tháp được xem như một tỉnh “khuất nẻo” trong khu vực.

- Hạ tầng giao thông còn yếu kém, chưa được đầu tư và chưa hoàn thiện. Cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển du lịch chưa đảm bảo để đón khách; chất lượng dịch vụ chưa đáp ứng nhu cầu của du khách.

- Chất lượng nguồn nhân lực hoạt động trong ngành du lịch vừa yếu lại vừa thiếu: Hầu hết các chủ cơ sở và nhân viên phục vụ chưa được đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ nhà hàng, lưu trú; chủ yếu làm theo kinh nghiệm; chưa cung cấp được các dịch vụ du lịch chất lượng cao,...

- Nguồn lực đầu tư cho phát triển du lịch hạn chế, công tác bảo tồn, tôn tạo gìn giữ, khai thác các Khu di tích lịch sử - văn hóa, các lễ hội dân gian, hoạt động của các làng nghề thủ công truyền thống chưa được quan tâm đúng mức để phục vụ du lịch.

- Sản phẩm du lịch đơn điệu, thiếu hấp dẫn, chưa tạo được chất đặc trưng riêng của Đồng Tháp. Chất lượng dịch vụ tại nhiều tuyến, điểm du lịch còn hạn chế, thiếu chuyên nghiệp, một số nơi còn sơ sài.

- Công tác quảng bá, truyền thông về hình ảnh và du lịch Đồng Tháp thiếu đồng bộ và thiếu nhất quán.

- Khả năng ngân sách địa phương và thu hút đầu tư để phát triển hệ thống giao thông đường bộ, đường thủy kết nối Đồng Tháp với các tỉnh trong khu vực và Thành phố Hồ Chí Minh còn nhiều khó khăn, hạn chế.

- Đầu tư và kêu gọi đầu tư phát triển du lịch dàn trải, thiếu trọng điểm. Tinh thần hợp tác – liên kết trong sản xuất và tiêu thụ nông sản chưa bền vững, sức cạnh tranh hàng hóa nông sản chưa cao, giá trị hàm lượng khoa học công nghệ trong nông sản thấp.

1.3. Cơ hội

- Du lịch khu vực ĐBSCL vẫn chưa thật sự phát triển tương xứng với tiềm năng hiện có và vẫn đang loay hoay tìm lối đi riêng. Các tỉnh định vị du lịch chưa rõ ràng, chưa có sự khác biệt về sản phẩm du lịch cũng như dịch vụ.

- Sen vốn là loài cây đặc trưng của vùng Đồng Tháp Mười, đây cũng là cơ hội và lợi thế lớn để Đồng Tháp định vị một cách rõ nét những hình ảnh đặc trưng của địa phương gắn liền với “Sen”.

- Các dự án xanh, dự án phục vụ cộng đồng, dự án mang tính bảo tồn, phát huy giá trị di tích, văn hóa truyền thống được quan tâm và trở thành xu hướng đầu tư phát triển bền vững của các nước trên thế giới nói chung và tại Việt Nam nói riêng.

- Nhu cầu của khách du lịch muốn tham gia các tour, chương trình du lịch sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch trải nghiệm rất lớn và tiềm năng. Đồng Tháp với lịch sử phát triển hơn 300 năm, nơi đây có nhiều cảnh quan thiên nhiên đẹp còn giữ được nét nguyên sơ, có truyền thống lịch sử lâu đời, nhiều di tích văn hoá, cách mạng, kiến trúc nghệ thuật, văn hóa tâm linh, rất phù hợp để định vị và phát triển các loại hình du lịch gắn với môi trường, cộng đồng như: du lịch nghỉ dưỡng, du lịch Zen (thiền), du lịch văn hóa, du lịch nông nghiệp, ...



Mô hình du lịch cộng đồng tại KDL Đồng Sen Tháp Mười hút khách và tạo ra điểm sáng cho du lịch Đồng Tháp

1.4. Thách thức

- Nhu cầu đầu tư xây dựng cơ sở vật chất và hạ tầng rất lớn, nhưng nguồn lực có hạn, nhất là hạ tầng giao thông đường bộ, đường thủy kết nối Đồng Tháp với thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh trong khu vực.
- Mô hình phát triển du lịch, sản phẩm du lịch đạt hiệu quả sẽ rất dễ bị bắt chước, sao chép từ các địa phương trong khu vực, có sự tương đồng với Đồng Tháp.
- Từ những phân tích thực trạng cũng như so sánh tương quan lực lượng với các “đối thủ” cạnh tranh ở trên, cho thấy Đồng Tháp có nhiều tiềm năng và lợi thế khi phát triển các loại hình du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng và du lịch gắn với Nông Nghiệp.

2. Hình ảnh Đồng Tháp qua góc nhìn của dân cư

Dân cư địa phương đang nhìn du lịch Đồng Tháp theo hướng tích cực với những hình ảnh làm nên niềm tự hào của quê hương qua: Đồng Sen, đồng lúa, đặc sản, vườn cây trái.

Tuy nhiên, qua kết quả khảo sát cũng có những hình ảnh tiêu cực cần cải thiện như: cầu, đường giao thông, chất lượng dịch vụ du lịch, Khu điểm tham quan, các hoạt động lễ hội. Một số người dân nơi đây không đánh giá cao về chất lượng giáo dục, đào tạo, chất lượng y tế, các hoạt động giải trí và mua sắm. Người dân vẫn còn ái ngại với các thủ tục hành chính, thông tin hướng dẫn còn phức tạp và một số ít về thái độ công chức.

Đa số người dân được hỏi, rất ủng hộ và tin tưởng và định hướng, đường lối, chính sách phát triển của Đồng Tháp trong tương lai: **Tinh của nông nghiệp công nghệ cao và du lịch sinh thái.**

2.1. Điểm mạnh

- Theo dòng lịch sử, Đồng Tháp là nơi cư trú của con người từ rất sớm. Nơi đây chứa đựng những giá trị văn hóa, lịch sử vô cùng quý giá. Điều này được minh chứng bởi những danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử như: Khu di tích quốc gia đặc biệt Gò Tháp, Khu di tích Xẻo Quýt, Khu di tích Nguyễn Sinh Sắc, Vườn quốc gia Tràm Chim,... Đó cũng là niềm tự hào của người dân Đồng Tháp.

- Đồng Tháp - Vùng đất lành, nằm dọc 2 dòng sông Tiền và Sông Hậu, thiên nhiên trù phú, với vườn trái cây trĩu quả. Nơi sản xuất cung cấp nhiều sản phẩm nông nghiệp, thủy sản cho cả nước và xuất khẩu.

- Hoa Sen từ lâu đã trở thành một hình ảnh quen thuộc và đặc biệt với người dân Đồng Tháp từ tâm thức tồn từ bao đời nay “Tháp Mười đẹp nhất bông sen”. Hoa Sen trở thành hình ảnh đặc trưng mà bất kỳ du khách đều biết đến, còn là một nét độc đáo, niềm tự hào quê hương xứ sở.

- Đồng Tháp có cảnh quan thiên nhiên còn nguyên sơ, thuần khiết với đồng lúa mênh mông; rừng tràm xanh ngát; hệ thống sông ngòi, kênh, rạch chằng chịt và hơn 200 ha trồng sen tại Khu du lịch sinh thái Đồng Sen Tháp Mười, đang trở thành mô hình tiêu biểu cho loại hình du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng của tỉnh.

- Đời sống, cư dân tại Đồng Tháp hiền hòa, thu nhập khá ổn định, người dân tự hào với truyền thống, lịch sử văn hóa, hài lòng với cuộc sống và gửi niềm tin vào tương lai phát triển.

- Mặt bằng giáo dục phổ thông và vấn đề an ninh trật tự cũng như những chủ trương, chính sách của chính quyền địa phương trong việc cải thiện, nâng cao chất lượng sống cho cộng đồng được sự ủng hộ của người dân.

- Phát triển du lịch và các vấn đề về lao động việc làm nhận được sự quan tâm của người dân. Và đó cũng là 02 chủ trương, định hướng phát triển lớn được chính quyền, lãnh đạo tỉnh Đồng Tháp ưu tiên đầu tư.

2.2. Điểm yếu

- Hệ thống giao thông, cầu đường, cơ sở vật chất còn nhiều khó khăn, hạn chế.

- Hiện tại Đồng Tháp có nhiều lễ hội văn hóa đặc trưng như: Lễ hội Gò Tháp, cúng Bà Chúa Xứ, giỗ cụ Phó bảng Nguyễn Sinh Sắc, giỗ ông bà Đỗ Công Tường, nghi thức cúng tế truyền thống các đình làng...nhưng các lễ hội, phần hội chưa được đầu tư, khai thác, hình thức tổ chức đơn điệu, chưa thật sự hấp dẫn du khách.

- Tỷ lệ người dân ở vùng sâu, vùng xa sử dụng internet còn thấp, kéo theo sự hạn chế về việc học hỏi, tiếp nhận những kiến thức sản xuất, những ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ thông tin trong công việc và cuộc sống.

- Chất lượng dịch vụ du lịch, giáo dục, y tế và các hoạt động vui chơi giải trí tại Đồng Tháp còn “nghèo nàn”, đặc biệt thiếu các hoạt động giải trí lành mạnh, hấp dẫn về đêm.

- Các thủ tục hành chính còn rườm rà, thái độ phục vụ của một số cán bộ công chức tại cơ quan Nhà nước chưa được thân thiện.

2.3. Cơ hội

- Cùng tham gia các hoạt động phát triển du lịch, nông nghiệp, xuất khẩu lao động theo các chương trình, đề án, định hướng phát triển ưu tiên của Đồng Tháp.

- Internet ngày càng phát triển nên việc học hỏi nhiều hơn từ các tỉnh thành lân cận và cả nước - các vùng đang phát triển ngày càng dễ dàng hơn.

- Đồng Tháp đang từng bước hội nhập quốc tế là cơ hội để dân cư Đồng Tháp tiếp cận những mô hình sản xuất sạch, ứng dụng công nghệ hiện đại để tạo ra những giá trị mới, mang đậm bản sắc của chính vùng đất Đồng Tháp.

- Đầu tư trong các lĩnh vực nông nghiệp, du lịch có xu hướng gia tăng góp phần phát triển kinh tế xã hội, giải quyết việc làm, ổn định an sinh xã hội cho nhân dân địa phương.

2.4. Thách thức

- Sức cạnh tranh tại Đồng Tháp và các tỉnh lân cận trong khu vực ĐBSCL ngày càng cao.

- Hiện nay mô hình phát triển về du lịch sinh thái, hoang sơ không còn mới đối với du lịch cả nước, vì vậy cần sáng tạo hơn, phát triển hơn so với những điều đã được khai thác.

- Sức cạnh tranh của các sản phẩm đặc sản tại Đồng Tháp đang trên đường chứng minh sự thu hút so với những sản phẩm du lịch sẵn có trong cả nước.

- Những ý tưởng phát triển du lịch một khi đã được thực thi rất dễ bị sao chép, đánh cắp và biến hóa... cần tạo ra những cái riêng, mang hình ảnh đặc trưng khó trộn lẫn về du lịch giữa Đồng Tháp các vùng khác.

- Đổi mới mô hình quản lý điều hành, cơ chế, chính sách để tạo điều kiện và động lực phát triển kinh tế địa phương, nâng cao chất lượng sống cho người dân.

3. Hình ảnh Đồng Tháp qua góc nhìn của Doanh nghiệp

3.1. Điểm mạnh

- Chính quyền thân thiện luôn chào đón các doanh nghiệp, nhà đầu tư với các chính sách cởi mở.

- Nguồn nhân lực dồi dào với chi phí phù hợp.

- Môi trường sống trong lành, ít bị ô nhiễm.

- Nền tảng văn hóa xã hội lâu đời của người dân địa phương tạo nên cộng đồng hòa hợp và tích cực, thân thiện.

- Du lịch, Nông nghiệp và các dịch vụ mua sắm, giải trí còn nhiều tiềm năng cho các nhà đầu tư, nhà sản xuất và doanh nghiệp khai phá.

3.2. Điểm yếu

- Hệ thống giao thông, sở sở hạ tầng tại địa phương còn nhiều hạn chế và trở thành một trong những rào cản thu hút nhà đầu tư.

- Quy mô thị trường nhỏ, chưa thực sự hấp dẫn các nhà đầu tư.

- Các định hướng phát triển trọng tâm, cũng như chính sách hỗ trợ, ưu đãi của địa phương chưa tới được nhà đầu tư.
- Các ấn phẩm, tài liệu giới thiệu các dự án, tiềm năng để thu hút kêu gọi sự đầu tư còn sơ sài và thiếu thông tin.
- Một số thủ tục hành chính còn rườm rà và là trở ngại cho các doanh nghiệp, nhà đầu tư khi quyết định tham gia đầu tư tại Đồng Tháp.

3.3. Cơ hội

- Ngành du lịch đối với cả nước nói chung và khu vực ĐBSCL nói riêng hiện là ngành công nghiệp không khói đang được đẩy mạnh, khuyến khích về đầu tư và phát triển.
- Phát triển Nông nghiệp theo hướng sản xuất công nghệ cao, canh tác với kỹ thuật tiên tiến, ứng dụng khoa học kỹ thuật, sản xuất sạch và phát triển bền vững đang được xem trọng.
- Đầu tư phát triển dịch vụ giải trí, trung tâm thương mại, mua sắm, y tế cũng như giáo dục tại Đồng Tháp đang còn nhiều tiềm năng khai thác.
- Chính quyền và người dân mong mỏi, sẵn sàng đổi mới và luôn chào đón các doanh nghiệp, nhà đầu tư, sản xuất và nhà khởi nghiệp tham gia.

3.4. Thách thức

- Thời gian gia nhập, khai phá thị trường mới.
- Hiện du lịch sinh thái tại ĐBSCL không còn mới, đối thủ cạnh tranh từ các tỉnh khác là mối đe dọa cao. Cần tạo sự khác biệt rõ nét hình ảnh du lịch Đồng Tháp với các sản phẩm, dịch vụ tour tuyến mới mẻ.
- Mô hình mới, hoạt động hiệu quả thường rất dễ bị sao chép, bắt chước.
- Cơ sở hạ tầng, giao thông không phải một sớm một chiều thay đổi ngay được.
- Chất lượng lao động, trình độ chuyên môn, năng lực đối tác tại địa phương.

CHƯƠNG IV

ĐỊNH VỊ HÌNH ẢNH ĐỊA PHƯƠNG TỈNH ĐỒNG THÁP ĐẾN NĂM 2020

I. ĐỊNH HƯỚNG CHUNG

1. Hình ảnh kỳ vọng Đồng Tháp trong tương lai

- Xây dựng chính quyền thân thiện, cầu thị, minh bạch, mang tinh thần phục vụ Nhân dân, luôn đồng hành cùng với các doanh nghiệp.

- Định vị du lịch đến năm 2020 theo hướng “sinh thái, văn hóa cộng đồng và tâm linh”. Du lịch Đồng Tháp mang đến không gian Sen thư giãn, trong lành, với khẩu hiệu “Đồng Tháp – Thuần khiết như hồn Sen”.

- Đưa Đồng Tháp trở thành một tỉnh phát triển bền vững về nông nghiệp công nghệ cao, sản xuất sạch, an toàn, với các thương hiệu, sản phẩm chủ lực là: lúa gạo, cá tra, xoài, hoa kiểng, vịt. Các mô hình canh tác hiện đại gắn với ứng dụng công nghệ cao có sự liên kết hợp tác giữa các cá nhân, đơn vị nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh và giá trị gia tăng cao cho các sản phẩm nông nghiệp, nông thôn theo tin thần “*Giá trị xanh từ những tiềm năng xanh*”.

- Kiến tạo môi trường đầu tư hấp dẫn, an toàn, là địa chỉ lý tưởng của các dự án khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp, du lịch, viễn thông, tài chính... với mục tiêu “*Tiềm năng của Chúng tôi – Cơ hội của Bạn*”.

- Tạo dựng một cộng đồng doanh nghiệp Đồng Tháp năng động, sáng tạo, có văn hóa doanh nghiệp, có tinh thần liên kết trong sản xuất, có trách nhiệm với xã hội, đồng hành với chính quyền trong đẩy mạnh phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

- Xây dựng Đồng Tháp trở thành nơi đáng sống của cộng đồng dân cư, con người Đồng Tháp năng động, thích ứng tốt với sự thay đổi, có tinh thần hợp tác, ứng xử có văn hóa ở nơi công cộng, có ý thức chấp hành pháp luật, yêu quê hương, niềm tự hào “*Tôi – Người Đồng Tháp*”.

2. Tầm nhìn – sứ mệnh – giá trị cốt lõi

2.1. Tầm nhìn: VÌ MỘT ĐỒNG THÁP NÔNG NGHIỆP CÔNG NGHỆ CAO VÀ DU LỊCH SINH THÁI.

2.2. Sứ mệnh

“ĐẤT SEN HỒNG ĐỒNG THÁP” mang đến cho người dân tiêu chuẩn sống lý tưởng, cho nhà đầu tư những môi trường làm giàu bền vững, cho thị trường những sản phẩm xanh chất lượng cao và cho du khách những trải nghiệm tuyệt vời.

2.3. Giá trị cốt lõi:

- Lấy lợi ích người dân, doanh nghiệp và nhà đầu tư làm nền tảng chính sách.
- Lấy văn hóa truyền thống làm bản sắc địa phương.
- Lấy tri thức, sáng tạo và khoa học kỹ thuật làm động lực phát triển.
- Lấy công nghệ xanh làm nền sự phát triển bền vững.
- Lấy liên kết làm nền thịnh vượng.

- Lấy sự khác biệt làm nên lợi thế.
- Lấy thị trường định hướng các hoạt động kinh tế.

2.4. Đối tượng, mục tiêu:

* **Du khách:** Du khách là những người tham gia các hoạt động du lịch giải trí và tham gia hội họp tại địa phương.

* **Dân nhập cư:** Dân nhập cư ở đây là những cư dân có trình độ cao, những chuyên gia trên các lĩnh vực cần thu hút về Đồng Tháp và những doanh nhân thành đạt.

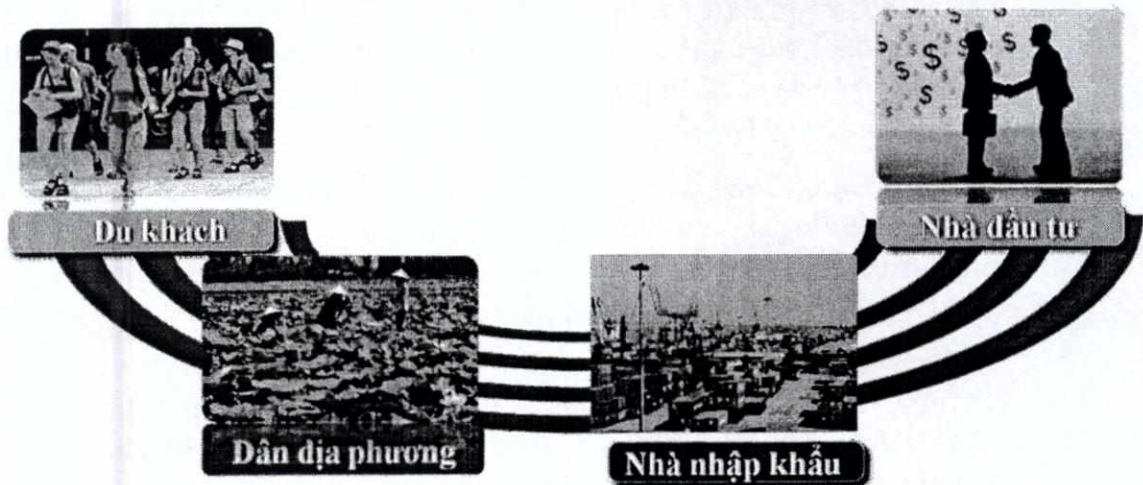
* Doanh nghiệp:

- **Nhà thương mại (Nhà nhập khẩu):** là những doanh nghiệp tìm đến địa phương mua các đặc sản hàng hóa xuất khẩu ra bên ngoài địa phương.

- **Nhà đầu tư:** những người mang vốn đến để đầu tư cho các dự án tại địa phương.

- **Nhà sản xuất:** những doanh nghiệp sản xuất hàng hóa, dịch vụ tại địa phương.

- **Trụ sở của các doanh nghiệp lớn.**



Đối tượng mục tiêu của tỉnh Đồng Tháp

2.5. Các hình ảnh trọng tâm để tạo dựng:

Đồng Tháp không có lợi thế nổi trội như một số tỉnh thành khác về cơ sở hạ tầng với hệ thống cầu đường hiện đại, các tòa nhà cao tầng, cao ốc chọc trời, nhưng thay vào đó Đồng Tháp sở hữu những giá trị khác biệt, với nét độc đáo riêng như cảnh quan thiên nhiên nguyên sơ, con người hiền hậu và bản sắc văn hóa được hun đúc qua nhiều thế hệ người Đồng Tháp. Do vậy, hình ảnh địa phương Đồng Tháp được lựa chọn 03 nội dung:

- Con người, văn hóa vùng miền.
- Các đặc trưng hấp dẫn của địa phương.
- Chất lượng cuộc sống.

Với mô hình tiếp cận xoay quanh các trụ cột chính nhằm thúc đẩy phát triển du lịch, nông nghiệp và nâng cao chỉ số PCI của Đồng Tháp. Và với các trụ cột chính thì hình ảnh Đồng Tháp được định vị rõ ràng, cụ thể như sau:

- **Chính quyền thân thiện, phục vụ nhân dân, đồng hành cùng doanh nghiệp:** Nâng cao chất lượng hoạt động công vụ của đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức theo hướng chuyên nghiệp, trách nhiệm, năng động, minh bạch, hiệu quả, đảm bảo sự hài lòng của nhân dân đối với sự phục vụ của chính quyền. Phấn đấu nâng cao chỉ số hiệu quả quản trị và hành chính công (PAPI) tỉnh Đồng Tháp. Chính quyền và cộng đồng các doanh nghiệp luôn là những đối tác gắn bó bền vững và đồng thời cũng là những người bạn đồng hành tin cậy nhằm tạo môi trường đầu tư thuận lợi.

- **Du lịch:** là hình ảnh Du lịch xanh, du lịch sinh thái gắn với Sen, du lịch nghỉ dưỡng và văn hóa tâm linh thiền học.

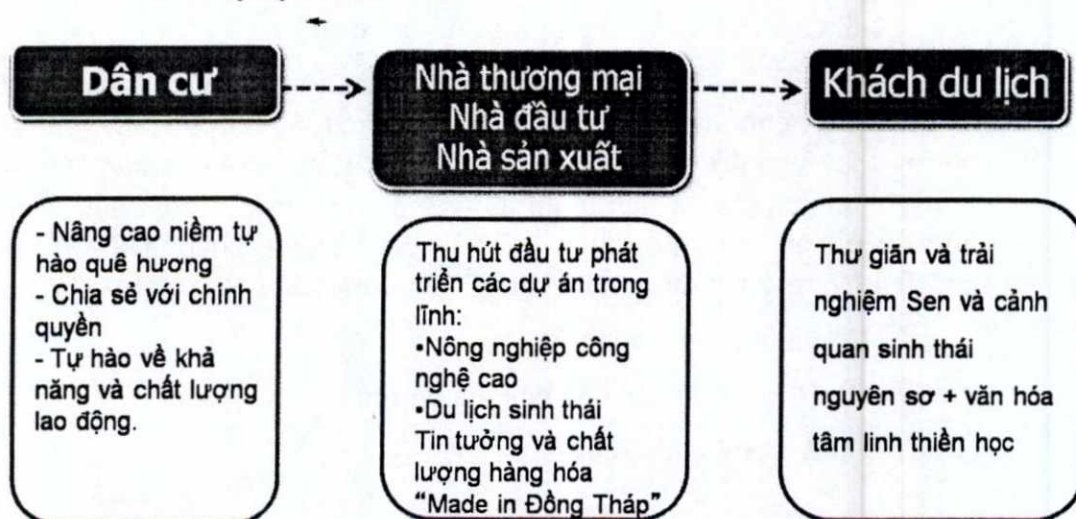
- **Nông nghiệp:** sản xuất sạch, an toàn với các thương hiệu sản phẩm chủ lực (cá tra, xoài, lúa gạo, vịt, hoa kiểng). Các mô hình canh tác hiện đại, ứng dụng công nghệ cao và sự liên kết hợp tác phát triển giữa các cá nhân, đơn vị liên quan nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh và giá trị tốt hơn cho các sản phẩm nông nghiệp của Đồng Tháp.

- **Cơ hội đầu tư:** là hình ảnh Đồng Tháp với môi trường đầu tư hấp dẫn, là vùng đất hứa của các dự án khởi nghiệp trẻ trong lĩnh vực nông nghiệp và du lịch. Đó còn là các sản phẩm xuất xứ từ Đồng Tháp với cam kết về chất lượng “Made in Dong Thap”.

- **Cộng đồng dân cư:** là nâng cao trình độ dân trí, an sinh xã hội, niềm tự hào quê hương, là tinh thần khởi nghiệp, sáng tạo trong các lĩnh vực trọng tâm phát triển của tỉnh.

- **Cộng đồng doanh nghiệp:** Là Tỉnh có nhiều chính sách thu hút đầu tư, các cơ quan quản lý minh bạch trong thủ tục đầu tư, thân thiện với doanh nghiệp và kịp thời tháo gỡ khó khăn trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh, luôn sát thương doanh nghiệp không chỉ để tháo gỡ khó khăn mà còn để xây dựng chính sách phù hợp với thực tiễn.

2.6. Các trụ cột chính:



Trụ cột chính trong việc phát triển tỉnh Đồng Tháp

Theo đó, 3 trụ cột chính cần tác động và là cơ sở, nền tảng để Đồng Tháp vươn mình phát triển, tạo dựng hình ảnh gồm có: Dân cư, Khách du lịch, Nhóm Doanh nghiệp (Nhà đầu tư, nhà thương mại, nhà sản xuất, trụ sở các công ty lớn tại Đồng Tháp). Và để hấp dẫn, thu hút các đối tượng mục tiêu tới đầu tư làm ăn, sinh sống, du lịch, nghỉ dưỡng... thì cần thông tin, truyền thông về hình ảnh Đồng Tháp.

- **Nhóm Dân cư (bao gồm dân nhập cư mới):** Nâng cao niềm tự hào quê hương “tự hào công dân Đất Sen Hồng”, tự hào về chất lượng sống, trình độ chuyên môn, trình độ lao động sản xuất. Hình ảnh chính quyền thân thiện vì dân phục vụ, hình ảnh chất lượng cuộc sống: điều kiện sống, chất lượng y tế, giáo dục, các dịch vụ vui chơi giải trí và mua sắm...

- **Nhóm Doanh nghiệp:** Đồng Tháp rộng cửa chào đón thu hút đầu tư, phát triển các dự án trong lĩnh vực Nông nghiệp (ứng dụng công nghệ cao), Du lịch (sinh thái, trải nghiệm sen).

- **Nhóm Khách du lịch:** Đồng Tháp là nơi mang đến sự thư giãn, trải nghiệm với những cánh đồng sen bạt ngàn, thuần khiết, những cảnh quan sinh thái nguyên sơ. Và là nơi tìm về những giá trị văn hóa tâm linh thiền học.

II. ĐỊNH VỊ HÌNH ẢNH ĐỒNG THÁP

1. Hình ảnh chính quyền thân thiện

Vì nhân dân phục vụ, thường xuyên nâng cao chất lượng hoạt động công vụ, thực hiện chuẩn mực ứng xử của cán bộ, công chức, viên chức; nâng cao chất lượng dịch vụ hành chính công; luôn đồng hành cùng doanh nghiệp để lắng nghe, chia sẻ tháo gỡ khó khăn, điều chỉnh hoặc xây dựng chính sách theo hướng sát với thực tế; tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong và ngoài nước đến đầu tư. Xây dựng hình ảnh cuộc sống tốt đẹp hơn, chất lượng sống cao hơn: chất lượng y tế, giáo dục, các dịch vụ vui chơi giải trí và mua sắm ngày càng tốt hơn.

** Biểu trưng (logo):*

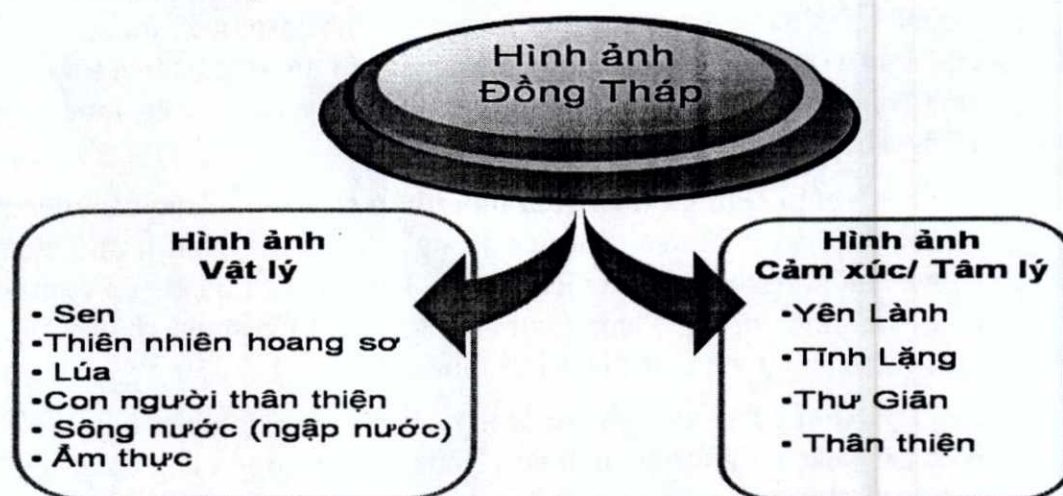


Hình ảnh truyền thông chính quyền thân thiện "Hiếu dân để Đồng Hành - Gân dân để Sẻ Chia - Nghe dân để hành động"

2. Hình ảnh du lịch

Du lịch Đồng Tháp là du lịch sinh thái, du lịch thư giãn, trải nghiệm được khai thác dựa trên cảnh quan thiên nhiên nguyên sơ, thuần khiết. Du khách sẽ được tận hưởng cảm giác thư giãn thoải mái, trong lành và tĩnh trên những cánh

đồng sen bạt ngàn, thả hồn với những câu hò Đồng Tháp ngọt ngào, da diết và thấm đượm tình quê.



Hình ảnh chủ lực của Du lịch Đồng Tháp trong nhận thức của Du khách

2.1. Hình ảnh lý tính:

Là những hình ảnh, biểu tượng xuất hiện tức thì khi nghĩ về một điểm đến. Những hình ảnh này cũng sẽ gián tiếp tác động tới cảm xúc về một điểm đến đã từng qua.

- **Hoa Sen:** là loại cây đặc trưng với nhiều chủng loại tại Tháp Mười, Tràm Chim và nhiều huyện, thị khác trên khắp tỉnh Đồng Tháp. Sen hiện diện khắp nơi và trở thành một hình ảnh quen thuộc đi vào thơ ca:

“Tháp Mười đẹp nhất bông sen

Việt Nam đẹp nhất có tên Bác Hồ”

- **Không gian mênh mông và nguyên sơ của thiên nhiên ngập nước Đồng Tháp Mười:** Trong yếu tố này những hình ảnh thành phần gồm có: sếu, chim, mùa nước nổi, cá, cánh đồng lúa thẳng cánh cò bay, rừng tràm bạt ngàn, Làng hoa Sa Đéc.

- **Con người thân thiện, mến khách:** Bản tính phóng khoáng, hào sảng và chất phác của người miền Tây được du khách đánh giá cao (tuy nhiên đây cũng là yếu tố mang tính hai mặt vì đồng thời bị liên tưởng kém chuyên nghiệp).

- **Ẩm thực:** Theo các đối tượng khảo sát thì ẩm thực Đồng Tháp được đánh giá rất cao bởi tính giản đơn, không cầu kỳ trong phương pháp chế biến nên giữ được hương vị vốn có của món ăn. Và đặc biệt mọi người rất thích ăn ở ngay chính Đồng Tháp để tận hưởng đúng chất dân dã thời khẩn hoang.

2.2. Hình ảnh tâm lý:

Là những cảm xúc du khách cảm nhận được khi đến với Đồng Tháp và mong tìm lại cho lần du lịch sau.

- Yên Lành
- Tĩnh Lặng
- Thư Giãn
- Thân thiện

Những hình ảnh lý tính cũng như hình ảnh tâm lý (cảm xúc) trên hoàn toàn trùng khớp với những đặc trưng vốn có của du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng. Có nghĩa là du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng của Đồng Tháp đã và đang được đón nhận. Do đó, những hình ảnh tích cực này cần được tiếp tục phát huy.

2.3. Khẩu hiệu (slogan) định vị:

- Tiếng Việt : “**ĐỒNG THÁP – Thuần khiết như hồn sen**”
- Tiếng Anh: “**ĐỒNG THÁP - As pure as Lotus**”

2.4. Biểu trưng (Logo):

Là một biểu tượng búp sen cách điệu hình chim sếu với nét vẽ thanh thoát, phóng khoáng. Màu hồng của sen làm chủ đạo được đặt trên nền của màu xanh thiên nhiên trong lành cùng màu vàng của văn hóa tâm linh thuần khiết. Toàn thể logo muốn truyền tải thông điệp quảng bá của du lịch Đồng Tháp: “*Thuần khiết như hồn sen*”.



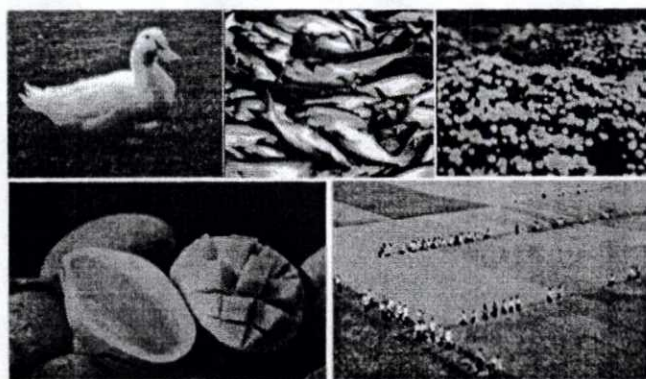
Logo du lịch Đồng Tháp

3. Hình ảnh nông nghiệp

Đó là hình ảnh một nền nông nghiệp Đồng Tháp sản xuất sạch, an toàn, phát triển bền vững với các thương hiệu, sản phẩm chủ lực. Các mô hình canh tác hiện đại, ứng dụng công nghệ cao và sự liên kết hợp tác phát triển giữa các cá nhân, đơn vị liên quan nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh và giá trị tốt hơn các sản phẩm nông nghiệp của Đồng Tháp.

3.1. Khẩu hiệu (Slogan):

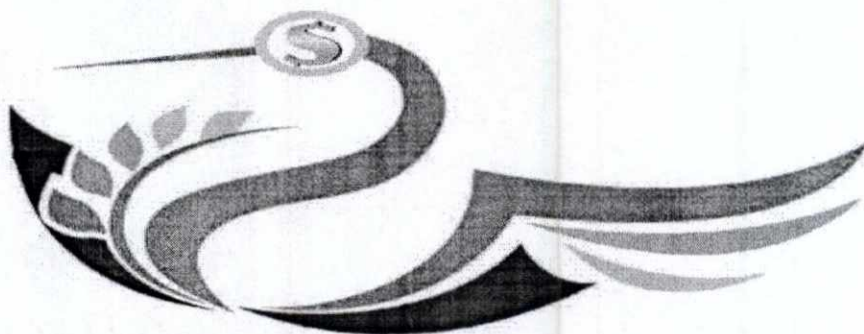
- Tiếng việt: **GIÁ TRỊ XANH TỪ NHỮNG TIỀM NĂNG XANH**
- Tiếng Anh: **GREEN VALUES FROM GREEN POTENTIALITIES**



Các sản phẩm chủ lực của nông nghiệp Đồng Tháp

3.2. Biểu trưng (Logo):

Biểu trưng (logo) được sáng tạo dựa trên hình ảnh các sản phẩm Nông nghiệp chủ lực và đầy tiềm năng phát triển của Đồng Tháp, phối hợp một cách tinh tế với 03 màu đặc trưng, nhận diện Đồng Tháp: xanh, vàng và hồng. Trong đó màu xanh được sử dụng chủ đạo để thể hiện những giá trị xanh (sản xuất sạch, an toàn, bền vững và sinh thái). Tổng thể logo đã truyền tải được những tinh thần cốt lõi của Nông nghiệp Đồng Tháp mà Đề án tái cơ cấu Nông nghiệp đã định vị: “Giá trị xanh từ những tiềm năng xanh”.



**Giá trị Xanh từ những
Tiềm năng Xanh**

Logo quảng bá Nông nghiệp Đồng Tháp

4. Hình ảnh môi trường đầu tư:

Với nhà đầu tư Đồng Tháp là môi trường đầu tư hấp dẫn, là vùng đất hứa của các dự án khởi nghiệp trẻ trong lĩnh vực nông nghiệp, du lịch, tài chính... Đó còn là nơi xuất xứ sản phẩm, hàng hóa sạch, an toàn với cam kết về chất lượng “Made in Dong Thap”.

4.1. Khẩu hiệu (Slogan):

- Tiếng việt: **TIỀM NĂNG CỦA CHÚNG TÔI – CƠ HỘI CỦA BẠN**
- Tiếng Anh: **OUR POTENTIALITIES – YOUR OPPORTUNITIES**
- + **TIỀM NĂNG:** Du lịch, Nông nghiệp và Con người
- + **CƠ HỘI:** Tham gia dự án khởi nghiệp, đầu tư các lĩnh vực Du lịch, Nông nghiệp, Công nghệ ứng dụng trong Nông nghiệp.



Hình ảnh của tỉnh Đồng Tháp đối với Nhà đầu tư

4.2. Biểu trưng (Logo):

Logo là sự kết hợp khéo léo hình ảnh gợi nhắc tới Đồng Tháp với phần nội dung khẩu hiệu truyền thông. Hình ảnh chiếc chìa khóa cơ hội từ Đất Sen Hồng trao tới tay các Nhà đầu tư trên nền xanh chủ đạo thể hiện những lợi thế, định hướng trọng điểm thu hút đầu tư của Đồng Tháp: Nông nghiệp và Du lịch. Và ở chính nơi đây, chính quyền là người bạn đồng hành, mở rộng cửa chào đón, sẵn sàng tạo điều kiện và luôn khẳng định “Tiềm năng của chúng tôi – cơ hội của bạn”



Logo quảng bá, thu hút đầu tư Đồng Tháp

5. Cộng đồng doanh nghiệp:

Là hình ảnh cộng đồng doanh nghiệp năng động, sáng tạo, sản xuất sạch, ứng dụng công nghệ cao, luôn hướng đến chất lượng cao, giá trị tương xứng với mong đợi của khách hàng; có tinh thần liên kết sản xuất, có trách nhiệm liên đới với khách hàng và cộng đồng xã hội; năng lực sản xuất, cạnh tranh và quy mô hoạt động ngày càng phát triển; đồng hành cùng với chính quyền Đồng Tháp trong đẩy mạnh phát triển kinh tế - xã hội địa phương.

ĐỒNG THÁP là tỉnh NÔNG NGHIỆP CAO VÀ DU LỊCH SINH THÁI



Hình ảnh định vị cho tỉnh Đồng Tháp đến năm 2020

Đồng Tháp trở thành một trong những tỉnh đi đầu trong khu vực ĐBSCL về phát triển nông nghiệp theo hướng ứng dụng khoa học, kỹ thuật và công nghệ vào sản xuất, chăn nuôi. Các mô hình sản xuất sạch, sản xuất an toàn sẽ được đề cao và đưa vào triển khai thực hiện trên diện rộng. Từ đây sản phẩm nông nghiệp được kiểm nghiệm, đánh giá, giám sát chặt chẽ chất lượng theo qui trình khép kín. Các sản phẩm nông nghiệp có xuất xứ từ Đồng Tháp được gắn tem “Made in Dong Thap” sẽ xuất hiện trên thị trường như một sự cam kết, đảm bảo về chất lượng và độ an toàn.

Đồng Tháp sẽ là điểm đến du lịch sinh thái – văn hóa cộng đồng và tâm linh thiền học. Đến với du lịch Đồng Tháp là tìm đến sự thư giãn của không gian sen, của thiên nhiên trong lành và tìm thấy một tinh thần thanh thoát.

6. Hình ảnh Dân cư:

Xây dựng Đồng Tháp trở thành nơi đáng sống của cộng đồng dân cư, con người Đồng Tháp năng động, thích ứng tốt với sự thay đổi, có tinh thần hợp tác, ứng xử có văn hóa ở nơi công cộng, có ý thức chấp hành pháp luật, yêu quê hương, niềm tự hào “Tôi – Người Đồng Tháp”.

6.1. Khẩu hiệu (Slogan):

- Tiếng Việt: **TÔI NGƯỜI ĐỒNG THÁP**
- Tiếng Anh: **I am part of Dong Thap (hoặc I love Dong Thap)**



Nâng cao niềm tự hào quê hương, xứ sở

6.2. Biểu trưng (logo):

Logo sử dụng 03 màu nhận diện của Đồng Tháp, trong đó màu hồng chủ đạo với hình ảnh cách điệu hình người đang đưa tay ra hiệu sự hài lòng, đánh giá tốt, tuyệt vời và thể hiện tư thế chủ động khẳng định bản thân với lòng nhiệt huyết, sự khát khao sáng tạo, cống hiến cho quê hương Sen hồng. Phần bên dưới là sự kết hợp tinh tế những yếu tố đặc trưng gợi nhắc Đồng Tháp: hình ảnh cánh sen, cánh sếu với thông điệp truyền thông “TÔI NGƯỜI ĐỒNG THÁP” như một niềm tự hào quê hương xứ sở.



Logo quảng bá hình ảnh, niềm tự hào Công dân Đất Sen Hồng

CHƯƠNG V GIẢI PHÁP VÀ KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG

I. NHÓM GIẢI PHÁP XÂY DỰNG HÌNH ẢNH TRỰC QUAN

1. Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu tỉnh Đồng Tháp:

1.1. Tên thương hiệu: **ĐẤT SEN HỒNG**

1.2. Màu sắc nhận diện:

- **Màu hồng** là màu của Cánh Sen, của sự nhiệt huyết, của những giá trị nhân văn, của tương lai tốt đẹp.

- **Màu xanh** là màu của Lá Sen, của thiên nhiên sự sống, sự phát triển, sự tươi mới trẻ trung, cởi mở và năng động, là những giá trị nền tảng vững vàng.

- **Màu vàng** là màu của Nhụy Sen, cánh đồng lúa chín vàng, vụ mùa bội thu, của những thành quả, thành tựu và những giá trị tinh hoa được chắt lọc kết tinh lại.

1.3. Biểu tượng vui (Mascot): Bé Sen

- Bé Sen là hình ảnh khỏe khoắn, tươi mới và năng động được cách điệu từ hoa Sen và sáng tạo dựa trên 03 màu sắc chủ đạo với màu hồng của giá trị nhân văn, màu xanh lá của sự phát triển và màu vàng của thành tựu đã tạo nên những giá trị tinh hoa được kết tinh lại.

- Bé Sen là biểu tượng giàu sức biểu đạt, mang trong mình tất cả những gì tinh túy và đượm chất của **ĐẤT SEN HỒNG**. Đó chính là hình ảnh của tương lai, sự phát triển mạnh mẽ, sự thích ứng với những đổi thay.



Biểu tượng vui (Mascot) Bé Sen nhận được sự yêu mến của cộng đồng

2. Hệ thống nhận diện thương hiệu:



Hệ thống nhận diện thương hiệu bài bản, chuyên nghiệp

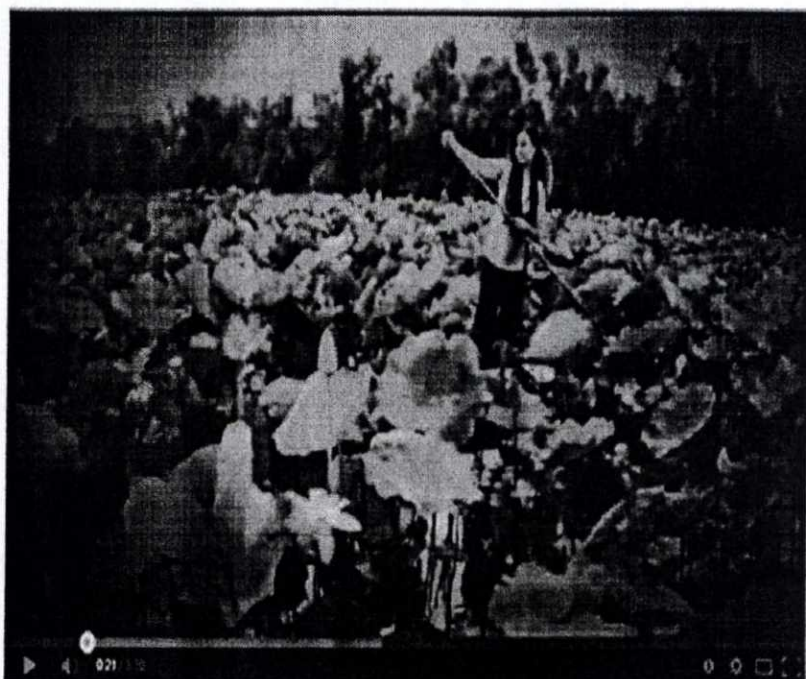
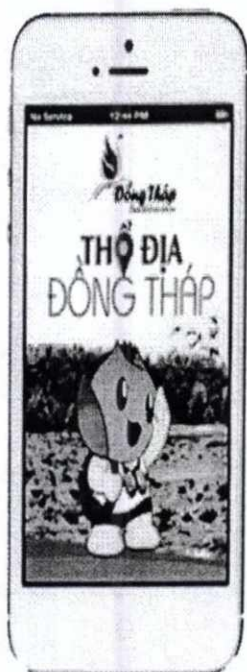
Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu lấy hình ảnh Bé Sen và 03 màu đặc trưng làm nền tảng nhận diện gồm các hạng mục sau:

I	Hệ thống tài liệu văn phòng
	Namecard
	Bìa folder
	Sổ tay, bút viết
	Túi giấy đựng tài liệu (quà tặng)
	Túi nhựa (clear bag) đựng văn bản, tài liệu
II	Hệ thống biển bảng
	Biển tên chức danh
	Biển chỉ dẫn *

	Biên tên phòng ban
	Thêu đeo (Pin cài áo)
III	Hệ thống quảng cáo - đối ngoại
	Biên bản chỉ dẫn thông tin
	Brochure
	Banner quảng cáo
	Chữ ký email
	Đồng phục
	Hình nền máy tính (điện thoại)
IV	Hệ thống ứng dụng khác
	Template Powerpoint trình chiếu
	Thiệp chúc mừng
	Đồng hồ treo tường
V	Cẩm nang quản trị và hướng dẫn sử dụng

3. Xây dựng các phẩm truyền thông đa phương tiện:

- Bên cạnh bộ nhận diện thương hiệu, để đáp ứng nhu cầu truyền thông internet và kỹ thuật số. Cần xây dựng các sản phẩm truyền thông đa phương tiện như clip quảng bá, phần mềm giới thiệu đầu tư, ứng dụng “Thỏ Địa Đồng Tháp” điện thoại, games, ... hiện đại, ấn tượng và dễ sử dụng.



Mobile Apps “Thỏ Địa Đồng Tháp” cho hệ điều hành Adroid với ios và Clip quảng bá du lịch Đồng Tháp



Giao diện trò chơi "Phiêu lưu cùng Bé Sen"

4. Xây dựng bộ từ khóa truyền thông:

- Khai thác lợi thế và tiện ích của internet để tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Đồng Tháp; tuy nhiên, nếu các website không được tối ưu các bộ từ khóa chuẩn thì nó sẽ gây ra nhiều khó khăn cho khách hàng trong quá trình họ lướt web và tìm kiếm thông tin. Một bộ từ khóa chuẩn được quy định trong nội dung các bài viết sẽ phục vụ tốt việc truyền thông số trực tuyến.

Vì vậy, khi thiết kế website hoặc đưa tin tức truyền thông, các bài viết buộc phải lồng vào một bộ từ khóa chuẩn được quy định.

- Với những từ khóa chuẩn những tìm kiếm có liên quan về PCI, đầu tư, Nông nghiệp tại Việt Nam, Du lịch xanh, Sen, ...sẽ giúp các thông tin về các vấn đề quan tâm tại Đồng Tháp xuất hiện tốt hơn trong các công cụ tìm kiếm số.

- Bộ từ khóa chuẩn được đề xuất như sau:

NÔNG NGHIỆP	DU LỊCH	ĐẦU TƯ	DÂN CƯ
- Nông nghiệp xanh - Nông nghiệp công nghệ cao - Phát triển bền vững - Made in Dong Thap - Đất Sen Hồng - Sản xuất sạch - Tư duy xanh - Thực phẩm sạch - Ramsar - Cánh đồng mẫu - Sen, Xoài - Trái cây hữu cơ - Nông nghiệp bền vững	- Du lịch xanh - Du lịch cộng đồng - Du lịch nghỉ dưỡng - Du lịch sinh thái - Du lịch nông nghiệp - Du lịch văn hóa - Du lịch tâm linh - Đất Sen Hồng - Thuần khiết hồn sen - Du lịch Đồng Tháp - Sinh thái sen - Đồng Tháp Mười - Du lịch trách nhiệm - Trái nghiệm - Sen	- Chính quyền thân thiện - Thủ tục đầu tư - Ưu đãi đầu tư - Chính sách đầu tư - Thâm đó đầu tư - Giấy phép đầu tư - Đất Sen Hồng - Cơ hội đầu tư - Tiềm năng đầu tư - Made in Dong Thap - Phát triển bền vững	- Người Đồng Tháp - Đất Sen Hồng - Nơi đáng sống - Tự hào quê hương - Quê hương sen hồng - Đồng Tháp quê tôi - Cộng đồng văn hóa - Cơ hội việc làm - Khởi nghiệp - Vườn ươm khởi nghiệp

Bộ từ khóa truyền thông cho Đồng Tháp

5. Xây dựng bộ INFOGRAPHICS

Các thông tin cơ bản về kinh tế, du lịch và chính sách địa phương, các Đề án lớn, ...được thể hiện xúc tích, ấn tượng (có thể kết hợp với hình ảnh thân thiện của bé Sen để tạo sự gần gũi).



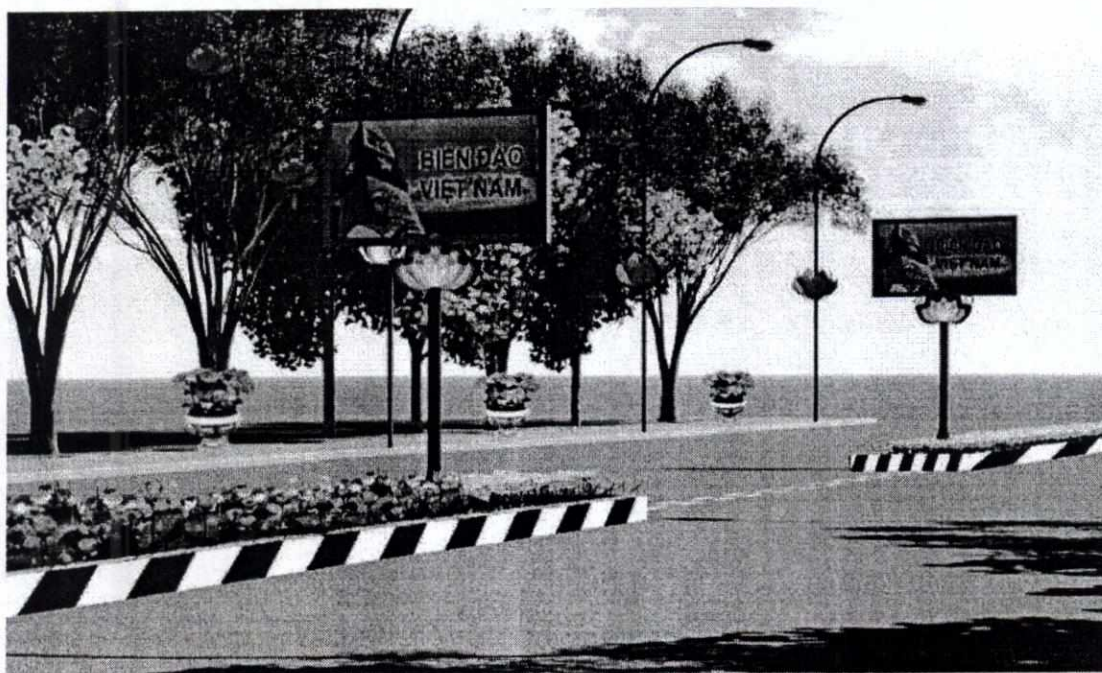
Hệ thống thông tin dạng infographics

6. Quy hoạch khu vực quảng bá truyền thông

- Để tạo sự nhất quán trong công tác truyền thông, đảm bảo môi trường, cảnh quang đô thị từng bước ứng dụng công nghệ hiện đại để tuyên truyền nhiệm vụ chính trị, quảng cáo sản phẩm, hàng hóa dịch vụ (màn hình điện tử, bảng điện tử, quầy thông tin không người phục vụ, ...)

- Khu thị tứ, thị trấn, khu vực đông dân cư chính quyền tại địa phương cần xây dựng tủ thông tin, rao vặt, quảng cáo để phục vụ nhu cầu thông tin của nhân dân.

- Xây dựng các quầy thông tin du lịch tại các điểm tập trung đông du khách (Đã được đề cập trong Đề án phát triển du lịch tỉnh Đồng Tháp 2016-2020).



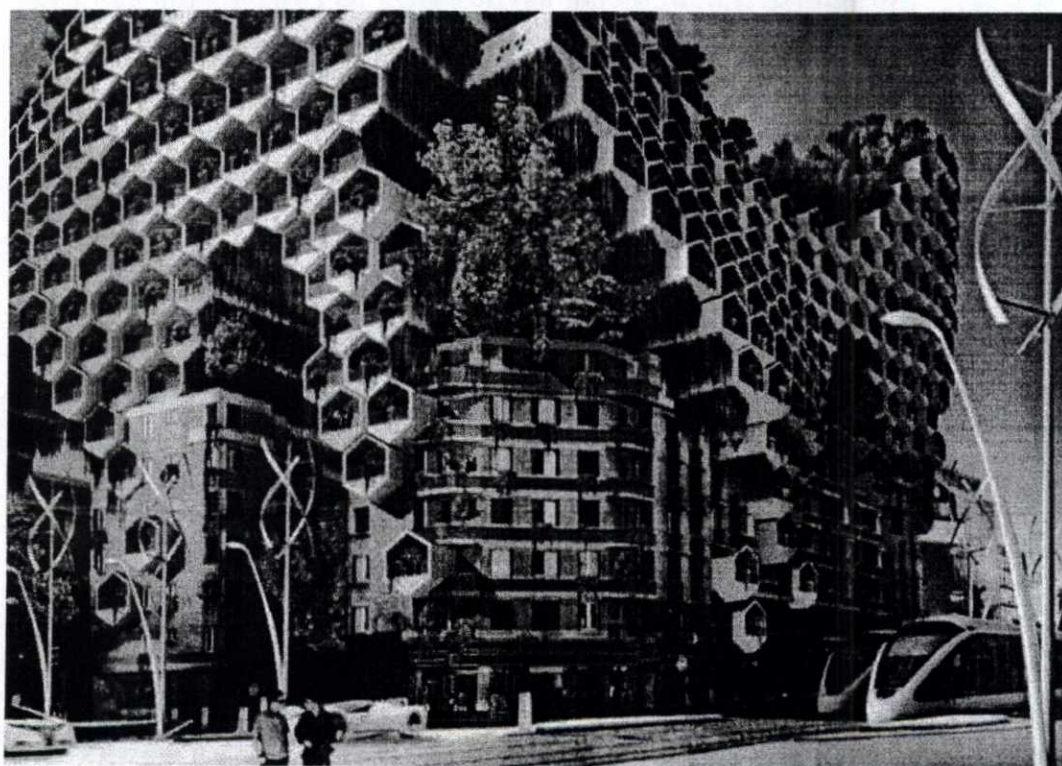
Pano tuyên truyền quảng cáo tại Tp. Cao Lãnh

7. Định hướng xây dựng đô thị mang đặc trưng Sen và Xanh

Trong quy hoạch kiến trúc đô thị cần khuyến khích và định hướng các kiến trúc mang dáng dấp Sen, những công trình kiến trúc xanh, ... tạo điểm nhấn cho một địa phương của “Nông nghiệp xanh và du lịch sinh thái Sen”.



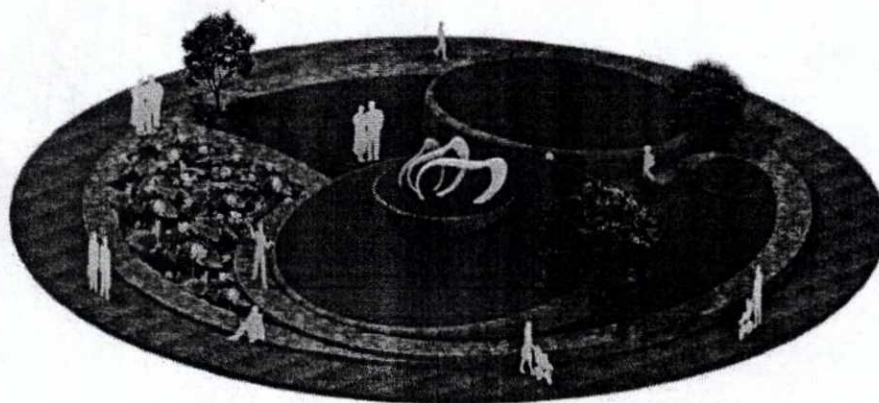
Biểu tượng Sen tạo điểm nhấn, nhận diện cho địa phương



Phối cảnh một công trình tiêu biểu cho kiến trúc đô thị Xanh

- Các hạng mục công trình đô thị như: công viên, đèn đường, trang trí dải phân cách, cầu nội thị ... được thiết kế sáng tạo mới lạ, gắn với hình ảnh Sen và các sản phẩm nông nghiệp, du lịch... đặc trưng của địa phương. Ví dụ: với

huyện Cao Lãnh là Xoài, huyện Tam Nông là Chim, thành phố Sa Đéc là Hoa....



Phối cảnh một công trình biểu tượng cho huyện Cao Lãnh gắn liền với hình ảnh Xoài Cao Lãnh



Biểu tượng mang hình ảnh chim sẽ tạo điểm nhấn nhận diện cho huyện Tam Nông

II. NHÓM GIẢI PHÁP CHỦ ĐỘNG ĐẨY NHANH SỰ NHẬN BIẾT

1. Xây dựng biểu trưng sản phẩm “Made in Dong Thap”

- Thực hiện chiến lược xây dựng hình ảnh địa phương thông qua các sản phẩm đặc trưng chủ lực kết hợp với chương trình xây dựng “thương hiệu” của Đề án tái cơ cấu nông nghiệp của Tỉnh.

- Lựa chọn sản phẩm, hỗ trợ xây dựng thương hiệu sau đó đưa vào danh mục sản phẩm mang biểu trưng “Made in Dong Thap”. Biểu trưng sản phẩm “Made in Dong Thap” chính là giá trị, là sự cam kết về chất lượng, chỉ dẫn địa lý, xuất xứ giúp người tiêu dùng nhận biết và nhận diện sản phẩm có nguồn gốc từ Đất Sen Hồng.

- Về lâu dài biểu trưng có tác dụng đỡ đầu các thương hiệu hàng hóa mới xuất xứ từ Đồng Tháp.



Mẫu biểu trưng sản phẩm “Made in Dong Thap”

2. Thành lập vườn ươm khởi nghiệp Nông Nghiệp và Du lịch

- Hỗ trợ cá nhân, doanh nghiệp, biến những ý tưởng kinh doanh khả thi thành sản phẩm định hình, sau khi ươm tạo đầu ra có thể là sản phẩm, dịch vụ hoặc công nghệ. Sản phẩm được chấp nhận trên thị trường, có kế hoạch kinh doanh cụ thể, rõ ràng và hấp dẫn.

- Xây dựng và thu hút cộng đồng doanh nhân trẻ từ các nơi đến và chọn Đồng Tháp là địa phương biến ước mơ khởi nghiệp trong lĩnh vực Nông nghiệp và Du lịch.

- Các dự án khởi nghiệp thành công sẽ là cách thu hút gián tiếp các nhà đầu tư. Các doanh nghiệp khởi nghiệp này sẽ là vệ tinh cung cấp dịch vụ phụ trợ cho các doanh nghiệp lớn và là kết quả của thông điệp “Thay đổi nhỏ - kết quả lớn” của Tỉnh.

III. ĐỊNH HƯỚNG TỔ CHỨC SỰ KIỆN VÀ TRUYỀN THÔNG

Truyền thông đóng vai trò rất quan trọng trong việc tuyên truyền, quảng bá hình ảnh địa phương. Các cơ quan ban, ngành, tổ chức chính trị- xã hội, Ủy ban nhân cấp huyện căn cứ các thông điệp truyền thông định hướng, tầm nhìn sứ mệnh, giá trị cốt lõi của Đề án để tổ chức sự kiện và truyền thông đến mọi tầng lớp nhân dân trong và ngoài tỉnh, chuyển tải thông tin ra nước ngoài về các vấn đề có liên quan bằng các hình thức, tập trung trên các phương tiện thông tin đại chúng.

1. Định hướng tổ chức sự kiện

1.1. Dân cư địa phương:

- Ngày không thủ tục.
- Cuộc thi: Cải cách hành chính, xây dựng chính quyền phục vụ, thân thiện.
- Đăng cai “Triển lãm Sáng tạo Nông Nghiệp Trẻ”.
- Cuộc thi “Công dân khỏe Đất Sen Hồng”.
- Cuộc thi “Công viên xanh Đất Sen Hồng”.
- Cuộc thi “Dự án khởi nghiệp từ nông nghiệp”.

1.2 Nhà đầu tư:

- Famtrip “Tiềm năng xanh”.
- Ngày “Dự án xanh”.
- Chương trình hỗ trợ đặc biệt “Khởi nghiệp với 0 đồng”.
- Chuỗi Hội nghị “Giá trị xanh – tiềm năng xanh”: Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và các địa phương khác phù hợp.
- Chương trình “Đăng ký liên tay – nhận ngay giấy phép”.
- Các hoạt động xúc tiến khác trong và ngoài nước

1.3 Khách du lịch (theo đề án phát triển du lịch):

- Ngày Hội Đồng Tháp tại thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội.
- Năm du lịch Đồng Tháp.
- Lễ hội hoa Sa Đéc.
- Lễ hội bột Sa Đéc.
- Lễ hội Sen.
- Ngày hội Tràm Chim.
- Lễ hội Gò Tháp.
- Cuộc thi thuyết minh du lịch.
- Chương trình game show thực tế giới thiệu về địa danh nổi tiếng của Đồng Tháp.
- Chương trình làm phim để giới thiệu các kh, điểm du lịch của Đồng Tháp.

2. Định hướng truyền thông

Tất cả các hoạt động, sự kiện được tổ chức đều phải đảm bảo thống nhất thông điệp hình ảnh địa phương, được truyền thông trước - trong và sau sự kiện.

Các hoạt động mang tính chất đối nội sẽ được tất cả các Sở, ban, ngành, Ủy ban nhân dân các huyện, thị, thành phố và các đơn vị liên quan triển khai thực hiện theo đúng chủ trương, định hướng của Tỉnh ủy, Ủy ban nhân dân Tỉnh theo từng thời điểm cụ thể.

Truyền thông trên các phương tiện truyền thông (báo in, phát thanh - truyền hình, Cổng thông tin điện tử Tỉnh...), các kênh truyền thông có phạm vi phát hành, lan tỏa rộng; khai thác các phương tiện truyền thông số (báo điện tử, mạng xã hội...).

Tạo kênh thông tin tương tác và phản hồi ý kiến, dư luận xã hội.

IV. NGUỒN NHÂN LỰC VÀ CƠ CHẾ CHÍNH SÁCH

1. Nguồn nhân lực

- Nguồn nhân lực là tài nguyên quý giá nhất, vì vậy phải đào tạo và sử dụng nhân lực, biến nguồn nhân lực thành lợi thế cạnh tranh của địa phương. Đây là nhiệm vụ của cả hệ thống chính trị, là trách nhiệm của các cấp lãnh đạo, quản lý, của nhà trường, của doanh nghiệp, của gia đình cũng như của bản thân mỗi người lao động trong xã hội.

- Nâng cao trình độ học vấn, chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng lao động, làm việc; thực hiện tốt việc phân luồng, định hướng nghề nghiệp cho học sinh theo nhu cầu nhân lực của xã hội nói chung, doanh nghiệp nói riêng và yêu cầu phát triển kinh tế – xã hội trong tương lai; tạo cơ chế và động lực để họ yên tâm cống hiến.

- Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực gắn với kế hoạch, nhiệm vụ phát triển kinh tế, xã hội của tỉnh. Trong đó, chú trọng phát hiện, bồi dưỡng, sử dụng hợp lý nguồn nhân lực, trọng dụng nhân tài. Xây dựng và công khai Hệ thống thông tin và dự báo nhu cầu nhân lực của tỉnh; kết nối với các trung tâm dự báo và thông tin về cung, cầu nhân lực của các bộ ngành, tỉnh/thành phố trong cả nước.

2. Cơ chế chính sách

- Xây dựng, ban hành cơ chế khuyến khích và tạo điều kiện cho lao động tham gia bồi dưỡng và tự học để nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp. Tạo điều kiện cho các cơ sở đào tạo, các cơ sở sử dụng lao động và nhân lực trình độ cao tham gia giao lưu, học hỏi, trao đổi kinh nghiệm về nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

- Mở rộng giao lưu, hợp tác giữa các cơ sở đào tạo, bồi dưỡng của tỉnh với các cơ sở đào tạo, bồi dưỡng trong và ngoài nước, ưu tiên hợp tác với các nước tiên tiến trong việc đào tạo, phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

- Từng bước hoàn thiện cơ chế, chính sách để thu hút đầu tư, nâng cao năng lực cạnh tranh địa phương, nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người dân, góp phần đưa Đồng Tháp vươn lên phát triển cùng các địa phương trong khu vực và quốc gia trong thời gian tới.

- Hỗ trợ tạo điều kiện phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa, chương trình xúc tiến thương mại, khởi nghiệp. Phát triển hệ thống giao, kết nối Đồng Tháp với các địa phương trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Thông tin và Truyền thông

- Tham mưu Ủy ban nhân dân Tỉnh: Xây dựng Kế hoạch thực hiện Đề án “Tạo dựng hình ảnh tỉnh Đồng Tháp” giai đoạn 2017-2020 và những năm tiếp theo; Kế hoạch truyền thông, quảng bá nội dung Đề án đến các nhóm đối tượng, mục tiêu.

- Phối hợp với các Sở, ban, ngành tỉnh, Ủy ban nhân dân các huyện, thị, thành phố tuyên truyền, phổ biến các chủ trương, chính sách của tỉnh về “Tạo dựng hình ảnh Đồng Tháp” trên địa bàn.

- Phối hợp với Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch và các cơ quan, đơn vị liên quan xác định vị trí để xây dựng và lắp đặt các bảng điện tử, màn hình điện tử phục vụ mục tiêu của Đề án.

- Phối hợp với Đài Phát Thanh và Truyền hình Đồng Tháp sản xuất các Chương trình tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Đồng Tháp theo mục tiêu của Đề án.

- Phối hợp với Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy chỉ đạo, định hướng các cơ quan báo chí tuyên truyền, giới thiệu về hình ảnh Đồng Tháp; tham mưu nội dung phối hợp với các cơ quan báo chí ngoài tỉnh thực hiện các Chương trình truyền thông, quảng bá hình ảnh Đồng Tháp.

- Quản lý, giám sát nội dung truyền thông hình ảnh Đồng Tháp trên các kênh thông tin, tuyên truyền.

2. Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch

- Tham mưu Ủy ban nhân dân Tỉnh xây dựng kế hoạch thực hiện Đề án thông qua các sự kiện, hoạt động văn hóa, thể thao, du lịch...

- Chủ động cung cấp thông tin thuộc lĩnh vực quản lý cho các cơ quan báo chí, truyền thông trong và ngoài tỉnh.

- Chủ trì phối hợp với các đơn vị liên quan tham mưu trình Ủy ban nhân dân Tỉnh thực hiện “Chiến lược con người, văn hóa vùng miền” theo mục tiêu của Đề án.

3. Trung tâm Xúc tiến Thương mại, Du lịch và Đầu tư Tỉnh

- Tham mưu Ủy ban nhân dân Tỉnh ban hành Chương trình, Kế hoạch quảng bá, giới thiệu hình ảnh Đồng Tháp thông qua các sự kiện xúc tiến thương mại, du lịch và đầu tư.

- Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch và các đơn vị có liên quan xây dựng các sản phẩm truyền thông đa phương tiện và xây dựng bộ infographics.

- Tổ chức các sự kiện, hoạt động xúc tiến thương mại, du lịch và đầu tư hướng đến các nhóm đối tượng mục tiêu của Đề án “Tạo dựng hình ảnh Đồng Tháp”.

- Thực hiện video clip quảng bá hình ảnh tỉnh Đồng Tháp tới các thị trường mục tiêu.

- Phối hợp với các đơn vị liên quan xây dựng và triển khai kế hoạch PR, truyền thông cho các hoạt động, sự kiện xúc tiến quảng bá trọng tâm của tỉnh.

- Triển khai và xây dựng website xúc tiến thương mại, đầu tư và du lịch, quảng bá, cung cấp thông tin tới các nhóm đối tượng mục tiêu với hai ngôn ngữ: Tiếng Anh và Tiếng Việt.

4. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

- Tham mưu Ủy ban nhân dân Tỉnh ban hành Kế hoạch xây dựng nền nông nghiệp sản xuất sạch, an toàn, phát triển bền vững với tiêu chí “Giá trị xanh, tiềm năng xanh”.

- Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch, Trung tâm Xúc tiến Thương mại, Du lịch và Đầu tư Tỉnh, Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh Tỉnh, Hiệp hội Doanh nghiệp Đồng Tháp và các cơ quan, đơn vị có liên quan thành lập vườn ươm khởi nghiệp Du lịch và Nông nghiệp. Xây dựng, quản lý thương hiệu, Logo, hình ảnh nhận diện trên các sản phẩm nông nghiệp.

- Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại, Du lịch và Đầu tư Tỉnh, Sở Thông tin và Truyền thông thực hiện truyền thông quảng bá hình ảnh Đồng Tháp trên lĩnh vực Nông nghiệp theo mục tiêu và nhiệm vụ của Đề án.

- Cung cấp thông tin về các sản phẩm chủ lực, mô hình sản xuất, canh tác đạt chuẩn, ... nhằm quảng bá các nội dung chính yếu tới cộng đồng, doanh nghiệp và người dân.

5. Sở Công Thương

- Chủ trì, phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Khoa học Công nghệ và các cơ quan, đơn vị liên quan, Ủy ban nhân dân các huyện, thị, thành phố, doanh nghiệp xây dựng hình ảnh Đồng Tháp thông qua các sản phẩm, hàng hoá mang biểu trưng “Made in Dong Thap”.

- Phát triển thương hiệu sản phẩm, hàng hoá địa phương.

- Phối hợp, hỗ trợ các đơn vị liên quan xây dựng hình ảnh người kinh doanh, dịch vụ Đồng Tháp trung thực, thân thiện, mến khách.

- Cung cấp thông tin, hình ảnh và các tài liệu liên quan về các sản phẩm chủ lực, mô hình sản xuất “Made in Dong Thap”.

6. Sở Nội vụ

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan hướng dẫn xây dựng hệ thống nhận diện các cơ quan hành chính nhà nước, các sở ban ngành tỉnh và các huyện, thị, thành phố tại Đồng Tháp.

- Tham mưu Ủy ban nhân dân Tỉnh ban hành Kế hoạch xây dựng hình ảnh chính quyền phục vụ nhân dân và hình ảnh người cán bộ, công chức thân thiện.

7. Đài Phát thanh và Truyền hình Đồng Tháp, Báo Đồng Tháp

- Chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan xây dựng kế hoạch và triển khai thực hiện các chương trình phát thanh, truyền hình; tin, bài tuyên truyền, quảng bá về hình ảnh Đồng Tháp.

- Tổ chức tuyên truyền quảng bá nội dung Đề án; sản xuất các chương trình giới thiệu, quảng bá hình ảnh, đặc trưng văn hoá, con người Đồng Tháp.

- Xây dựng chuyên trang, chuyên mục thông tin đối ngoại tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Đồng Tháp.

- Phân công phóng viên chịu trách nhiệm trong việc đưa tin, bài về chủ đề “Tạo dựng hình ảnh Đồng Tháp” và các chương trình, hoạt động triển khai thực hiện các nhiệm vụ của Đề án của các cấp, các ngành và có nội dung khác có liên quan.

8. Hiệp hội Doanh nghiệp Tỉnh, Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh Tỉnh

- Phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn triển khai thực hiện mô hình “Vườn ươm khởi nghiệp”.

- Tổ chức tuyên truyền quảng bá nội dung Đề án; giới thiệu quảng bá những hình ảnh, đặc trưng văn hoá, con người Đồng Tháp tới Đoàn viên, Hội viên, cộng đồng doanh nghiệp trong và ngoài Tỉnh.

- Phối hợp với Sở Công Thương triển khai xây dựng qui chuẩn cho các sản phẩm, các doanh nghiệp có sản phẩm đạt chuẩn “Made in Dong Thap”.

9. Đề nghị Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam Tỉnh, các tổ chức chính trị - xã hội và các ngành Tỉnh có liên quan

Theo chức năng, nhiệm vụ của đơn vị, xây dựng Kế hoạch thực hiện Đề án “Tạo dựng hình ảnh Đồng Tháp” thuộc lĩnh vực của đơn vị mình; tăng cường tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên, thành viên và quần chúng nhân dân tích cực hưởng ứng các hoạt động của Đề án.

10. Ủy ban nhân dân huyện, thị xã, thành phố

- Chỉ đạo triển khai, thực hiện Đề án phù hợp với đặc điểm của địa phương; tuyên truyền phổ biến rộng rãi nội dung Đề án để người dân có nhận thức đúng và tham gia thực hiện có hiệu quả Đề án ở địa phương.

- Phối hợp với các Sở, ban, ngành tỉnh và các đơn vị liên quan triển khai thực hiện Đề án.

- Chủ trì, phối hợp với cơ quan, đơn vị liên quan định hướng xây dựng Đô thị mang đặc trưng Sen và Xanh.

11. Chế độ thông tin, báo cáo

Định kỳ hàng năm (chậm nhất 15/12) hoặc đột xuất (khi có yêu cầu), các Sở, ban, ngành tỉnh, Ủy ban nhân các huyện, thị, thành phố và các đơn vị liên quan có trách nhiệm báo cáo tình hình, kết quả thực hiện Đề án đến Sở Thông tin và Truyền thông để tổng hợp, báo cáo Ủy ban nhân dân Tỉnh.

VI. TIẾN ĐỘ THỰC HIỆN

1. Đến hết năm 2016: Tổ chức tuyên truyền, quán triệt nội dung Đề án đến cấp uỷ, chính quyền các cấp và lãnh đạo các Sở, Ban, ngành, tổ chức chính trị - xã hội tỉnh và doanh nghiệp trên địa bàn Tỉnh; tuyên truyền, phổ biến nội dung Đề án trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

2. Đến năm 2019:

- Xây dựng Chương trình, các hoạt động triển khai, thực hiện và kinh phí cho năm 2017 - 2018.

- Cơ bản hoàn thành việc lựa chọn các sản phẩm chủ lực để xây dựng thương hiệu

- Hoàn thành việc triển khai Hệ thống nhận diện các sở, ban, ngành tỉnh, clips, tài liệu xúc tiến.

- Hoàn thành triển khai hệ thống nhận dạng thương hiệu

- Vận hành vườn ươm Khởi nghiệp

- Vận hành biểu trưng Made in Dong Thap

3. Đến năm 2020:

- Cơ bản hình thành hệ thống nhận dạng địa phương theo tinh thần Đề án.
- Đánh giá tổng kết công tác triển khai Đề án, rút kinh nghiệm

CHƯƠNG VI KHÁI TOÁN CHI PHÍ CÁC NHÓM GIẢI PHÁP CHÍNH

(Xem chi tiết tại Phụ lục 2 đính kèm)

CHƯƠNG IV KHÁI TOÁN CHI PHÍ THỰC HIỆN

(Xem chi tiết tại Phụ lục đính kèm)

Kinh phí thực hiện: Từ nguồn ngân sách nhà nước và các nguồn kinh phí hợp pháp khác.

1. Thiết kế mẫu bộ nhận diện thương hiệu:	100.000.000
2. Xây dựng các sản phẩm truyền thông đa phương tiện:	2.050.000.000
3. Định hướng tổ chức sự kiện và truyền thông:	6.200.000.000
4. Sơ, tổng kết đánh giá kết:	150.000.000
TỔNG CỘNG:	8.500.000.000 (Tám tỷ năm năm triệu đồng chẵn)

Trên đây là Đề án “tạo dựng hình ảnh Đồng Tháp” giai đoạn 2017 - 2020. Các Sở, ban, ngành, địa phương căn cứ nội dung Đề án, chỉ đạo tổ chức thực hiện phù hợp với điều kiện thực tế, đảm bảo Đề án đạt hiệu quả cao nhất./.